

การจัดทำนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน*

MAKING THE COMMUNICATION POLICY AND PLAN FOR PROMOTING SUSTAINABLE TOURISM BY NAN PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION

จันทรีภา ไพจิตรวิจารณ์*, วิทยธร ท่อแก้ว, หัสพร ทองแดง, พรปภัสสร ปริญาญกุล

Juntipa Paijivdijan*, Wittayatorn Tokeaw, Hassaporn Thongdaeng, Pornpapatson Princhanakol

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

*Corresponding author E-mail: junchalongaudit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัญหาและความต้องการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน 2) การจัดทำนโยบายการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน และ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน วิจัยแบบผสมวิธี แผนเรียงลำดับ เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง และเทคนิคสโนว์บอล จำนวน 40 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุป จากนั้นดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ตามตารางของยามาเน โดยใช้แบบสอบถามและสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า 1) ขาดเครือข่ายหลัก ข้อมูลล้าสมัย และช่องทางสื่อสารไม่ตอบโจทย์ ต้องการให้มีการสร้างเครือข่ายหลัก ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยเชิงปริมาณยืนยันว่าการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการแก้ไขเร่งด่วน โดยมีค่าเฉลี่ยของปัญหา ($\bar{X}$ = 1.49) และความต้องการ ($\bar{X}$ = 2.46) สูงสุดที่สอดคล้องกัน 2) การจัดทำนโยบายการสื่อสารมุ่งเน้นการประสานงานที่ชัดเจนภายในเครือข่าย และพัฒนาเนื้อหาช่องทางสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว และ 3) แนวทางการพัฒนาการจัดทำแผนการสื่อสาร 7 ประการ ได้แก่ วิสัยทัศน์การสื่อสารมุ่งเน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พันธกิจมุ่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เป้าประสงค์มุ่งส่งเสริมความรู้และเปลี่ยนทัศนคติ กลยุทธ์การมุ่งผลิตเนื้อหาคุณภาพและใช้สื่อหลากหลาย แผนงานมุ่งส่งเสริมความร่วมมือผ่านกิจกรรม ประเมินผลมุ่งวัดการรับรู้และพฤติกรรม และตัวชี้วัดมุ่งใช้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพในการประเมินประสิทธิผล

คำสำคัญ: การสื่อสาร, นโยบายและแผน, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน

Abstract

This research aims to study: 1) The problems and communication needs for promoting sustainable tourism by the Nan Provincial Administrative Organization, 2) The development of communication policies for promoting sustainable tourism by the Nan Provincial Administrative Organization, and 3) The approaches for developing a communication plan for promoting sustainable tourism by the Nan Provincial Administrative Organization. The research utilized a sequential mixed-method approach, beginning with qualitative research, where 40 key informants were selected using purposive and snowball sampling. Data were collected through structured in-depth interviews and analyzed to draw conclusions. Subsequently, quantitative research was conducted with 400 participants, based on Yamane's formula, using a questionnaire and simple random sampling, with data analyzed through statistical software. The research findings showed that: 1) A lack of a core network, outdated information, and communication channels that do not meet the needs of the target audience. There is a need to establish a core network with participation from all sectors and continuous evaluation. The quantitative research further confirmed that the dissemination of information to tourists is an urgent issue, with the highest average scores for both the problem ($\bar{X} = 1.49$) and need ($\bar{X} = 2.46$) being consistent with each other. 2) Communication policies focus on clear coordination within the network and the development of modern communication content to meet the needs of tourists. 3) The communication plan development includes seven key components: Vision to focus on sustainable tourism communication, Mission to create a collaborative network, Objective to promote knowledge and change attitudes, Strategy to produce quality content and use diverse media, Action Plan to promote collaboration through activities, Evaluation to measure awareness and behavior, and Indicators to assess effectiveness using both quantitative and qualitative method to measure effectiveness.

Keywords: Communication, Policy and Planning, Sustainable Tourism, Nan Provincial Administrative Organization

บทนำ

การจัดทำนโยบายและแผนการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้ปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยช่วยสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน สร้างความเข้าใจกับประชาชน และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยขับเคลื่อนความยั่งยืนด้วยการรักษาสสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ การคาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ถึงการเติบโตของนักท่องเที่ยวในอาเซียนเป็น 187 ล้านคนในปี 2573 ได้เพิ่มความกังวลด้านความยั่งยืน โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรและการกระจายรายได้สู่ผู้ที่เท่าเทียม (สมาคม

ประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN), 2558) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องวางนโยบายและแผนการสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดการยอมรับทิศทางที่มีอยู่ และกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินการให้บรรลุผลตามทิศทางที่กำหนด (Maxim, C. et al., 2024) การถ่ายทอดทิศทางที่ชัดเจนระหว่างหน่วยงาน เพื่อกระตุ้นการรับรู้ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความร่วมมือและบรรลุเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม (Peeters, P. et al., 2024)

การท่องเที่ยวถูกรวมอยู่ในแผนพัฒนาภาค พ.ศ. 2566 - 2570 ครอบคลุม 6 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ และภาคใต้ชายแดน โดยภาคเหนือเน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สานสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ สุขภาวะดี วิถีชีวิตยั่งยืน” และโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) ที่มุ่งสร้างสรรค์ การเชื่อมโยง การอนุรักษ์ และการใส่ใจ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) จังหวัดน่านเป็นอีกจังหวัดที่โดดเด่นของภาคเหนือในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ได้รับรางวัลต่าง ๆ เช่น รางวัลกินรี รางวัลเมืองที่มีมาตรฐาน และรางวัลการท่องเที่ยวสะอาดระดับอาเซียน สะท้อนความมุ่งมั่นพัฒนาอย่างยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมตามวิสัยทัศน์ “เมืองแห่งความสุข เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ธรรมชาติสมบูรณ์ การเกษตรมั่นคง ชุมชนเข้มแข็งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” พร้อมยุทธศาสตร์เติบโตอย่างสมดุล และมุ่งผลักดันการขึ้นทะเบียนมรดกโลกกับยูเนสโก (UNESCO) สร้างความเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวกับเมืองหลวงพระบางเพื่อยกระดับสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับสากล (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดน่าน, 2566)

องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน (อบจ.น่าน) เป็นหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นที่ใกล้ชิดพื้นที่ มุ่งพัฒนาจังหวัดสู่ความยั่งยืนภายใต้วิสัยทัศน์ “น่านหนึ่งเดียว” โดยเน้น 5 มิติ ได้แก่ น่านน่าอยู่ น่านน่ากิน น่านน่าเที่ยว น่านน่าเรียน และน่านน่าธรรม โดยเฉพาะมิติ “น่านน่าเที่ยว” ที่เน้นยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว ส่งเสริมกิจกรรมตามฤดูกาล และเตรียมความพร้อมสู่การท่องเที่ยววิถีใหม่ โดยรักษาสมดุล 3 มิติหลัก ได้แก่ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้ อบจ.น่าน ได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน พ.ศ. 2566 - 2570 มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา (องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน, 2566) การผลักดันนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวจำเป็นต้องมีการเข้าใจถึงสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงในด้านการสื่อสาร เพื่อให้กระบวนการสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของทุกภาคส่วน การจัดทำแผนการสื่อสารที่ชัดเจนและเป็นระบบจึงมีความสำคัญยิ่ง โดยต้องครอบคลุมทั้งการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคีเครือข่ายในจังหวัด และนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น อบจ.น่าน มีบทบาทสำคัญในการประสานความร่วมมือทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน พร้อมขับเคลื่อนผ่านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในทุกะดับทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ตลอดจนตอบสนองปัญหาและความต้องการของผู้รับสารอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ การสื่อสารตามวัตถุประสงค์ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น คือ 1) สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพันธกิจและนโยบาย 2) สร้างทัศนคติที่ดี 3) ส่งเสริมความร่วมมือ 4) สร้างการมีส่วนร่วม และ 5) สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร

(ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2563) โดยนโยบายและแผนการสื่อสารที่ชัดเจนและมุ่งประสิทธิผลเป็นกรอบสำคัญในการสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างบุคลากรในทุกระดับและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Wani, M. D. et al., 2024); (Camilleri, M. A., 2024)

ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารในบทบาทการบริหารงานของ อบจ.น่าน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามแนวทางประชารัฐ โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม การสื่อสารยังประสบปัญหาความไม่สอดคล้องระหว่างหน่วยงาน ความหลากหลายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการขาดแผนการสื่อสารที่บูรณาการ ซึ่งส่งผลให้การสื่อสารไม่สามารถตอบสนองบริบทเฉพาะของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดทำแผนการสื่อสารที่มีความเป็นระบบ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ อบจ.น่าน นอกจากนี้ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังสามารถนำผลการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานจริง โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน และการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อผลักดันการพัฒนาที่ยั่งยืน และสร้างประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนและประเทศชาติในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน
2. เพื่อศึกษาการจัดทำนโยบายการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมวิธี แผนเรียงลำดับ เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (A Structured In-Depth Interview) มุ่งศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 - 3 จากนั้นดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มุ่งศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 - 3 เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงและเทคนิค สโนว์บอล จำนวน 40 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ 1) กลุ่มภายในเครือข่าย 30 คน ประกอบด้วย 1.1) ผู้ว่าราชการจังหวัด 1 คน 1.2) นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน 1 คน 1.3) รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน 1 คน 1.4) หัวหน้าสำนักปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน 1 คน 1.5) นายกเทศมนตรีเมืองน่าน 1 คน 1.6) การท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัดน่าน 1 คน 1.7) ประชาสัมพันธ์จังหวัดน่าน 1 คน 1.8) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานน่าน 1 คน 1.9) ผู้อำนวยการฝ่ายอำนวยความสะดวกสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน 1 คน 1.10) ผู้อำนวยการ

กลุ่มกิจการพิเศษ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน 1 คน 1.11) ภาควิชาเครือข่ายผู้ส่งสารและผู้นำทางความคิด 10 คน และ 1.12) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว 10 คน และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว 10 คน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดน่านในช่วงเวลาที่ศึกษาวิจัยนี้ ประกอบด้วย 2.1) นักท่องเที่ยวชาวไทย 5 คน 2.2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 5 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประชากรเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ประกอบด้วยกลุ่มภาควิชาเครือข่ายผู้ส่งสาร ผู้นำทางความคิด ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดน่าน จำนวน 235,886 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ถูกกำหนดตามตารางของยามาเน (Yamane, T., 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้การสุ่มแบบง่ายตามสัดส่วนภายในแต่ละกลุ่มย่อย เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมายอย่างเหมาะสม

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (A Structured In-Depth Interview) ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยทางการสื่อสารจำนวน 3 ท่าน เนื้อหาครอบคลุมข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ สภาพปัญหาและความต้องการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติภาควิชาเครือข่าย การรับสารของนักท่องเที่ยว การจัดการสาร สื่อ องค์กร และการประเมินผล การจัดทำนโยบายการสื่อสารทั้งภายในเครือข่ายและกับนักท่องเที่ยว และการจัดทำแผนการสื่อสารโดยมีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ แผนงาน การประเมินผล และตัวชี้วัด

ส่วนเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผ่านการตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยทางการสื่อสาร จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าความตรงระหว่าง 0.80 - 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ซึ่งอยู่ในระดับที่น่าเชื่อถือ เนื้อหาของแบบสอบถามครอบคลุมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านภาควิชาเครือข่าย การรับสารของนักท่องเที่ยว การจัดการสาร สื่อ องค์กร และการประเมินผล โดยใช้มาตราประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ (0-3) ปรับจากแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert, R., 1967)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยตนเอง โดยปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์อย่างเคร่งครัด มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) จัดทำและส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ 2) นัดหมายวัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ 3) สัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว เริ่มจากการแนะนำตัว อธิบายงานวิจัย ขออนุญาตบันทึกเสียง จัดบันทึก และถ่ายภาพ และ 4) ขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ ขออนุญาตติดต่อเพิ่มเติม และขอคำแนะนำในการเข้าถึงบุคคลตามบัญชีรายชื่อ

ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามผ่าน 2 ช่องทาง คือ แบบสอบถามออนไลน์สำหรับกลุ่มที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และแบบกระดาษสำหรับกลุ่มที่มีข้อจำกัดในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยในการแจกแบบสอบถามทั้งหมดผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์อย่างเคร่งครัด



ทั้งนี้ ผู้วิจัยเข้ารับการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และมีการพัฒนาทักษะโดยการฝึกปฏิบัติดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณในการเรียนวิชาการวิจัยการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่นชั้นสูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์โดยถอดบทสนทนาจากการสัมภาษณ์ที่บันทึกเสียงไว้ นำมาจัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์และประเด็นที่ศึกษา จากนั้นตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออก ดำเนินการตีความข้อมูลที่เหลือ โดยการสร้างข้อสรุปเชิงพรรณนาความ (Descriptive Analysis) ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 - 3 ของงานวิจัย

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เริ่มต้นจากการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา เพื่อตัดข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ออก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวถูกนำมาแปลผลและนำเสนออย่างครบถ้วน ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐานและลักษณะความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของงานวิจัย

การตรวจสอบข้อมูล

ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) ประกอบด้วย 1) ด้านข้อมูล ใช้ข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่หลากหลาย ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบาย ภาควิชาเครือข่าย ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว เพื่อพิสูจน์ความสอดคล้องของข้อมูลที่มาจากแหล่งที่แตกต่างกัน 2) ด้านวิธีการเก็บข้อมูล ใช้ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถาม และการวิเคราะห์เอกสารเพื่อเปรียบเทียบและยืนยันผลลัพธ์ และ 3) ด้านมุมมอง ใช้กรอบแนวคิดที่หลากหลายเพื่อวิเคราะห์และตีความข้อมูล ได้แก่ แนวคิดการกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารใช้วิเคราะห์กระบวนการในการสร้างนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แนวคิดกระบวนการสื่อสารสาร SMCR ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสาร ตั้งแต่แหล่งข้อมูล ข้อความ ช่องทาง และผู้รับ เพื่อประเมินความชัดเจนและประสิทธิภาพของการส่งข้อมูล แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใช้วิเคราะห์การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และแนวคิดการท่องเที่ยวยั่งยืนใช้วิเคราะห์การสื่อสารที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รักษาสมดุลกับสิ่งแวดล้อมและสังคม

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย เป็นการสรุปการวิเคราะห์จากการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ แล้วนำมาสังเคราะห์ โดยนำข้อมูลมาสังเคราะห์ร่วมกันเพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน จากผลการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้ผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (70.8%) อายุระหว่าง 21 - 40 ปี (39.5%) และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี (53.7%) ซึ่งสะท้อนว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มวัยทำงานและมีระดับการศึกษาที่

สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ดี ด้านสถานะ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว (43.2%) เป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในระบบการสื่อสาร รองลงมา คือ ประชาชนในฐานะเจ้าบ้าน (29.0%) และ นักท่องเที่ยว (16.3%) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการสื่อสาร

สภาพปัญหาการสื่อสาร พบว่า ปัญหาหลักในการสื่อสารการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน คือ 1) การขาดเอกภาพของภาคีเครือข่าย ทำให้ขาดศูนย์กลางข้อมูลที่ชัดเจน 2) ช่องทางสื่อสารที่ไม่ครอบคลุม ข้อมูลกระจายและขาดแหล่งข้อมูลที่ครบถ้วน 3) การจัดการสารที่ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาไม่น่าสนใจ ขาดข้อมูลที่ทันสมัยและภาษาต่างประเทศ 4) การจัดการสื่อมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากร ทำให้การผลิตสื่อขาดประสิทธิภาพและไม่ทันต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 5) การขาดหน่วยงานเฉพาะด้านการสื่อสารการท่องเที่ยว ทำให้การประสานงานไม่มีความต่อเนื่อง และ 6) ขาดการติดตามและประเมินผลที่ชัดเจน ทำให้ข้อมูลไม่สามารถนำไปใช้ปรับปรุงกลยุทธ์ได้ ส่วนผลการวิจัยเชิงปริมาณชี้ให้เห็นว่า ปัญหาด้านการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขเร่งด่วน ($\bar{X} = 1.49$, S.D. = 0.80) เพื่อยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวต้องแสวงหาข้อมูลจากหลายแหล่ง ข้อมูลขาดความครบถ้วน และมีข้อจำกัดด้านภาษา โดยเฉพาะการให้บริการข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังพบปัญหาอื่น ๆ เช่น ข้อมูลล้าสมัย ความไม่สอดคล้องของข้อมูลระหว่างหน่วยงาน และข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและบุคลากร ทำให้การสื่อสารขาดประสิทธิภาพ

ความต้องการด้านการสื่อสาร พบว่า ความต้องการหลักของกลุ่มเป้าหมาย คือ 1) การสร้างภาคีเครือข่ายหลัก เพื่อประสานงานด้านการสื่อสาร 2) การพัฒนาศูนย์กลางข้อมูล หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อรวบรวมข้อมูลท่องเที่ยว 3) การจัดการเนื้อหาให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เน้นความน่าสนใจ ความถูกต้อง และภาษาต่างประเทศ 4) การพัฒนาสื่อผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยใช้ Influencer และเทคโนโลยีเสมือนจริง 5) การจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะด้านการสื่อสารการท่องเที่ยว เพื่อทำงานร่วมกับเครือข่ายในระดับจังหวัด และ 6) การติดตามผลที่มีระบบ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ส่วนผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ความต้องการด้านการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวนี้อันดับสูงสุด ($\bar{X} = 2.46$, S.D. = 0.70) ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการพัฒนา ระบบค้นหาข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นแหล่งเดียวกัน เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีความต้องการด้าน การใช้สื่อที่หลากหลาย การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสาร และการติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการจัดทำนโยบายการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน มีรายละเอียด ดังนี้ 1) นโยบายการสื่อสารภายในเครือข่าย มุ่งเน้น 1.1) การประสานงานและการมีส่วนร่วม เช่น การประชุมประชาคมท้องถิ่นและการจัดตั้งคณะกรรมการประสานแผนพัฒนา 1.2) การสื่อสารเพื่อการพัฒนา เช่น จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ใช้สื่อหลากหลาย และพัฒนาศักยภาพบุคลากร และ 1.3) ความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย เช่น การประสานงานกับภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และจังหวัดอื่นเพื่อพัฒนาจังหวัดน่าน และ 2) นโยบายการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว มุ่งเน้น 2.1) การสื่อสารที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางหลากหลาย 2.2) การเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทาง และข้อปฏิบัติ



2.3) การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 2.4) การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนโดยปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาการพัฒนาแนวทางการจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน 7 ประการ มีรายละเอียด ดังนี้ 1) วิสัยทัศน์การสื่อสาร มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว 2) พันธกิจการสื่อสาร ใช้หลักการ SMCR โดยกำหนดองค์ประกอบสำคัญได้แก่ ผู้ส่งสาร ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน ตัวสาร ได้แก่ แนวคิดและแนวปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ช่องทางการสื่อสาร เช่น สื่อออนไลน์ สิ่งพิมพ์ และกิจกรรม และผู้รับสาร ได้แก่ นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป 3) เป้าประสงค์การสื่อสาร อ้างอิงทฤษฎี KAP โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย 4) กลยุทธ์การสื่อสาร ประกอบด้วย 4.1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4.2) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามเทศกาล และ 4.3) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 5) แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ที่ดำเนินการ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การฝึกอบรมมัคคุเทศก์ และการจัดงานประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 6) การประเมินผลการสื่อสาร แบ่งเป็นการประเมินผลหลังการสื่อสารเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของกระบวนการสื่อสาร และการประเมินผลกระทบเพื่อศึกษาผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในระยะยาว และ 7) ตัวชี้วัดการสื่อสาร แบ่งเป็น ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ เช่น จำนวนโครงการที่ดำเนินการและระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย และ ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ เช่น การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวและความร่วมมือของภาคีเครือข่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

ผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลที่สำคัญตามข้อค้นพบจากการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านสภาพปัญหาและความต้องการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน พบว่า อบจ.น่าน เผชิญกับปัญหาหลายประการสำคัญ การขาดภาคีเครือข่ายการสื่อสารหลักการสื่อสารที่ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย การขาดบุคลากรและทรัพยากร รวมทั้งการขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนและการติดตามประเมินผลที่ไม่ชัดเจน ในขณะเดียวกันก็พบความต้องการในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสร้างภาคีเครือข่ายหลักเพื่อประสานความร่วมมือ การพัฒนาแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและใช้งานง่าย การจัดทำฐานข้อมูลกลางที่มีประสิทธิภาพ และการใช้สื่อหลากหลายช่องทาง รวมถึงการประเมินผลเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสาร การวิจัยชี้ให้เห็นว่า อบจ.น่าน ควรทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางและภาคีเครือข่ายหลักเนื่องจากมีความใกล้ชิดกับชุมชนและเข้าใจบริบทท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการประสานความร่วมมือกับเครือข่ายต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เทิดชายช่วยบำรุง, 2552); (Purwanto, S., 2022) นอกจากนี้ อบจ.น่าน ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในการกระจายข่าวสารอย่างจริงจัง เพื่อสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและความเข้าใจร่วมกันระหว่างกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของ Berlo, D. K. ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Berlo, D. K., 1960)

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา พบว่า ปัญหาการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายด้านการจัดการองค์กร เพื่อการดำเนินการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ ($\bar{X} = 1.35$, S.D. = 0.82) สะท้อนถึงความจำเป็นในการกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบที่ชัดเจนภายในเครือข่ายการสื่อสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานร่วมกัน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการจัดการองค์กร ทั้งในด้านโครงสร้าง วัฒนธรรมองค์กร และประสิทธิภาพการดำเนินงาน สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์สามารถสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรยอมรับการเปลี่ยนแปลง ตอบสนองต่อแนวทางใหม่ และทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พิริยะ เงินศรีสุข, 2563) ในส่วนปัญหาการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว งานวิจัยพบว่า การรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 1.49$, S.D. = 0.80) และสอดคล้องกับผลค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุด ($\bar{X} = 2.46$, S.D. = 0.70) ซึ่งสะท้อนว่า เครื่องมือการสื่อสารปัจจุบันยังไม่ทันสมัยและไม่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบเนื้อหา และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในยุคปัจจุบัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า การดำเนินงานด้านการสื่อสารต้องเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และข้อจำกัดงบประมาณ และแนะนำให้ใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด (เสาวลักษณ์ นัทธีศรี, 2560) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า การปรับเนื้อหาตามพฤติกรรมผู้รับสารสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและเข้าใจได้ดีขึ้น เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรและนักท่องเที่ยว (Wertime, K. & Fenwick, I., 2012)

ด้านการจัดทำนโยบายการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน พบว่า อบจ.น่าน มีบทบาทสำคัญในฐานะภาคีเครือข่ายหลัก เป็นศูนย์กลางการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดทำนโยบายการสื่อสารครอบคลุมทั้งการสื่อสารภายในเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความร่วมมือ และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. การจัดทำนโยบายการสื่อสารภายในเครือข่ายของ อบจ.น่าน มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีนโยบายหลัก 3 ประการ คือ 1) การประสานงานและการมีส่วนร่วมจากประชาชนผ่านการประชุมและเวทีสาธารณะ 2) การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผ่านสื่อหลากหลาย และการเสริมศักยภาพบุคลากร และ 3) การส่งเสริมความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย รวมถึงการสร้างเครือข่ายระหว่างจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า บทบาทของผู้นำในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ที่ชัดเจน รวมถึงการสื่อสารที่เหมาะสม เป็นปัจจัยสำคัญมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมของผู้คน (ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ, 2557) ทิศทางการสื่อสารในภาคีเครือข่ายของ อบจ.น่าน มีทั้ง การสื่อสารจากบนลงล่างล่างขึ้นบน แนวนอน และแนวทแยง ซึ่งสะท้อนถึงความพยายามในการกระจายข้อมูลให้ทั่วถึงทุกระดับภายในเครือข่าย สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า การเลือกใช้รูปแบบและทิศทางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าถึงผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ (วุฒิพล ฉัตรจรัสกุล และพิรพจน์ ยอดยิ่ง, 2561)

2. การจัดทำนโยบายการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวของ อบจ.น่าน มีบทบาทสำคัญในการสร้างจิตสำนึกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนแนวทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

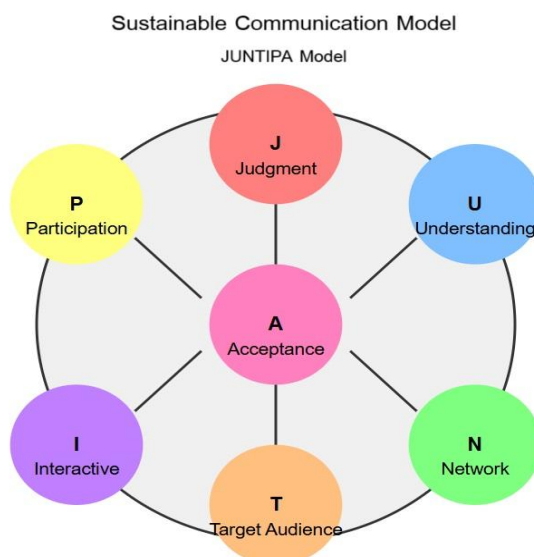
โดยมีนโยบายหลัก 4 ประการ คือ 1) การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน 2) การใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ และออนไลน์ 3) การเพิ่มภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม และ 4) การเน้นเนื้อหาวัฒนธรรม ข้อมูลการเดินทาง และข้อปฏิบัติ สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า การสื่อสารกับนักท่องเที่ยวควรมุ่งเน้น การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ การเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Agarwal, S. et al., 2023) โดยมีทั้งการสื่อสารทางเดียวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารสองทางผ่านออนไลน์และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า ช่องทางการสื่อสารมีหลายรูปแบบ ควรได้รับการวางแผนอย่างเหมาะสม เพื่อให้การปฏิบัติงานในแต่ละช่องทางเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (กิตติมา สุรสนธิ, 2557)

การพัฒนาแนวทางการจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ อบจ.น่าน มีความสำคัญในฐานะหน่วยงานหลักที่มีบทบาทใกล้ชิดพื้นที่ โดยแนวทางที่พัฒนาขึ้นมี 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) วิสัยทัศน์การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) พันธกิจการสื่อสารที่ส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือ 3) เป้าประสงค์การสื่อสารที่เน้นความรู้ ความเข้าใจ และการปรับทัศนคติ 4) กลยุทธ์การสื่อสารผ่านเนื้อหาคุณภาพและสื่อหลากหลาย 5) แผนงานหรือกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือ 6) การประเมินผลต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ และ 7) ตัวชี้วัดประสิทธิภาพและผลกระทบ แนวทางดังกล่าวช่วยสร้างระบบการสื่อสารที่เป็นระบบ ชัดเจน และสอดคล้องกับบริบทของจังหวัดน่าน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกมิติ สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้นำด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผ่านการศึกษา วิเคราะห์ การจัดทำแผนปฏิบัติการ และการติดตามผลเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ที่ชัดเจนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน (ภูริตรชตะภูวินทร์, 2560) แนวทางการพัฒนาแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ อบจ.น่าน ยังสอดคล้องกับแนวคิดขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญกับประเด็นหลัก ได้แก่ ชีตความสามารถของพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชน การกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว การออกแบบโครงสร้างที่สอดคล้องกับท้องถิ่น การบูรณาการในแผนพัฒนาทุกระดับ และการพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อติดตามผล (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ, 2567) การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารของ อบจ.น่าน ผ่านการใช้เทคโนโลยี การใช้สื่อดิจิทัล จึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า การใช้เครื่องมือสมัยใหม่ เช่น QR Code และ Artificial Intelligence ช่วยปรับปรุงการสื่อสารให้ตรงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว (อนพัทธ์ หนองคู, 2563)

องค์ความรู้ใหม่

JUNTIPA Model เป็นโมเดลการสื่อสารอย่างยั่งยืน (Sustainable Communication Model) ที่พัฒนาขึ้น โดยผสมผสานแนวคิดจาก SMCR Model (Sender, Message, Channel, Receiver) เข้ากับหลักการมุ่งพัฒนาแนวทาง

การจัดทำแผนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างเครื่องมือที่ตอบสนองต่อการพัฒนาแผนการสื่อสารให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โมเดลนี้ถูกออกแบบให้สามารถวิเคราะห์และระบุปัญหา รวมถึงความต้องการด้านการสื่อสารได้อย่างชัดเจน ผ่านกระบวนการที่เป็นระบบและครอบคลุมทุกมิติของการพัฒนา JUNTIPA Model ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบนโยบายและวางแผนการสื่อสารที่ตอบโจทย์ความต้องการในพื้นที่อย่างแท้จริง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การสื่อสารผ่านตัวแบบการสื่อสาร JUNTIPA Model

อธิบายความหมายตามตัวอักษรพยางค์ภาษาอังกฤษ “J-U-N-T-I-P-A” คือ 1) J - Judgment คือ การตัดสินใจของผู้ส่งสาร ต้องเลือกวิธีการสื่อสาร เนื้อหา และช่องทางที่เหมาะสม โดยวิเคราะห์ปัญหา ความต้องการ และนโยบาย เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและตรงเป้าหมาย 2) U - Understanding คือ ความเข้าใจของผู้ส่งสาร ต้องทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย บริบทการสื่อสาร และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อออกแบบสารที่ตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด 3) N - Network คือ เครือข่ายผู้ส่งสาร ต้องสร้างสร้างความร่วมมือและรักษาความสัมพันธ์ในเครือข่ายที่เกี่ยวข้องของผู้ส่งสาร เพื่อการกระจายสาร และรับข้อมูลย้อนกลับ 4) T - Target Audience คือ กลุ่มเป้าหมาย ต้องระบุและกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน พร้อมออกแบบเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสม 5) I - Interactive คือ การมีปฏิสัมพันธ์ ต้องใช้ช่องทางสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ได้ตอบและรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย 6) P - Participation คือ การมีส่วนร่วม ต้องเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่การวางแผนจนถึงการประเมินผล และ 7) A - Acceptance คือ การยอมรับ เป็นเป้าหมายสูงสุดของการสื่อสาร ต้องทำให้ผู้รับสารเกิดการยอมรับและเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรม เพื่อให้การสื่อสารบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ ดังนั้น JUNTIPA Model มีความเชื่อมโยงกันเป็นระบบ เป็นกรอบแนวคิดสำคัญที่ช่วยให้ หน่วยงานสามารถจัดทำแผนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผ่านระบบการสื่อสารที่มีโครงสร้างชัดเจน กำหนดเป้าหมายที่ตรงประเด็น และมีความยืดหยุ่นในการปรับใช้ตามบริบทที่เปลี่ยนแปลง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว

สรุปและข้อเสนอแนะ

การจัดทำนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน พบปัญหาหลัก ได้แก่ การขาดเอกภาพในการประสานงาน ข้อมูลไม่ครบถ้วน และช่องทางการสื่อสารที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สอดรับกับความต้องการที่ต้องการให้มีหน่วยงานหลักในการประสานงาน พัฒนาระบบสื่อสารที่เป็นระบบผ่านศูนย์กลางข้อมูล เทคโนโลยี และช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และให้มีการติดตามและประเมินผลการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ อบจ.น่าน ให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ 7 ประการ ได้แก่ 1) วิสัยทัศน์ ที่มุ่งส่งเสริมการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) พันธกิจ ที่มุ่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3) เป้าประสงค์ ที่มุ่งส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจน และสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางบวก 4) กลยุทธ์ ที่มุ่งผลิตเนื้อหาคุณภาพ ใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ และสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง 5) แผนงาน ที่มุ่งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างองค์กรผ่านกิจกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน 6) ประเมินผล ที่มุ่งประเมินการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ และ 7) ตัวชี้วัด ที่มุ่งใช้ตัวชี้วัดทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพประเมินประสิทธิผลและผลกระทบ การวัดผลและติดตามประสิทธิภาพของแผนการสื่อสารช่วยให้สามารถปรับปรุงกลยุทธ์ตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต โดยการวิจัยครั้งนี้ 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย อบจ.น่าน ควรพัฒนาแผนการสื่อสารที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน โดยทำหน้าที่เป็นภาคีเครือข่ายหลักในการประสานความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ อบจ.น่าน ควรใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายสื่อสารที่หลากหลาย พร้อมมีระบบประเมินผลที่ต่อเนื่อง และสนับสนุนการสร้างฐานข้อมูลที่ครอบคลุมเข้าถึงง่าย นอกจากนี้ควรกระตุ้นการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมและสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้และประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 3) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายพื้นที่ศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่น เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่นและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา สุรสนธิ. (2557). ความรู้ทางการสื่อสาร. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ณัฐธวัช ณ สุทธิโยธิน. (2563). ประเด็นสาระที่ 13.1.7 เรื่อง ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับการผลิตสื่อ.
- ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่นชั้นสูง.
- นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ. (2557). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 3(2), 1-18.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- พิริยะ เงินศรีสุข. (2563). ยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัล สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยว 4.0. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ภุริต รัชตะภูวินทร์. (2560). แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในจังหวัดนครราชสีมา. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- วุฒิพล ฉัตรจรัสกุล และพิรพจน์ ยอดยิ่ง. (2561). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลหนองเม็ก อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ. (2567). การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. เรียกใช้เมื่อ 27 มกราคม 2567 จาก <https://www.adt.or.th/page/sustainable-tourism/en>
- สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN). (2558). แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559 - 2568. เรียกใช้เมื่อ 30 มกราคม 2567 จาก <https://anyflip.com/zzfck/gwce>
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดน่าน. (2566). น่าน ขับเคลื่อนเมืองน่านสู่การเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก. เรียกใช้เมื่อ 30 มกราคม 2567 จาก <https://nan.prd.go.th/th/content/page/index/id/156191>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). เรียกใช้เมื่อ 30 มกราคม 2567 จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13150
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2567). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร. เรียกใช้เมื่อ 30 มกราคม 2567 จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/>
- เสาวลักษณ์ นันทิศรี. (2560). การสื่อสารการตลาดดิจิทัล:กลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างรายได้เปรียบของสถาบันอุดมศึกษาไทย. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน, 23(2), 310-321.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน. (2566). แผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดน่าน (พ.ศ. 2566 - 2570). เรียกใช้เมื่อ 30 มกราคม 2567 จาก <https://www.nanpao.go.th/page.php?pagename=menut5&menuid=1&n=แผนพัฒนาท้องถิ่น>
- อนพัทธ์ หนองคู. (2563). พฤติกรรมและปัจจัยด้านสื่อดิจิทัลทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่สวนดุสิต. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 12(2), 1-15.

- Agarwal, S. et al. (2023). The Impact of Tourism on Local Communities: A Literature Review of Socio-Economic Factors. Harbin Gongcheng Daxue Xuebao/Journal of Harbin Engineering University, 44(8), 1851-1859.
- Berlo, D. K. (1960). The Process of Communication. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Camilleri, M. A. (2024). Tourism planning and destination marketing. (2nd ed.). United Kingdom: Emerald Publishing Limited.
- Likert, R. (1967). Human organization: Its management and value. New York: McGraw-Hill.
- Maxim, C. et al. (2024). Handbook on sustainable urban tourism. Cheltenham: England: Edward Elgar Publishing.
- Peeters, P. et al. (2024). Current issues in tourism: Mitigating climate change in sustainable tourism research. Retrieved March 20, 2024, from <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104820>
- Purwanto, S. (2022). Analyzing the Role of Local Government in Tourism Village Development: An Empirical Investigation from Kampung Wisata Payo. Retrieved February 16, 2024, from <https://www.researchgate.net/publication/368486357>
- Wani, M. D. et al. (2024). The impact of community empowerment on sustainable tourism development and the mediation effect of local support a structural equation Modeling approach. Community Development, 1(55), 50-66.
- Wertime, K. & Fenwick, I. (2012). The Essential Guide to New Media and Digital Marketing. Singapore: John Wiley & Sons (Asia).
- Yamane, T. (1973). Statistics: An introductory analysis. (3rd ed.). New York: Harper and Row.