

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร Communication Strategies for the Conservation of Tha Rae Community Identity Sakon Nakhon Province

ลลิตศักดิ์ สุวรรณณี¹ ประกายกาวิล ศรีจินดา²
Sittisak Suwannee¹ Prakaikavin Srijinda²

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
E-mail : Sittisak.s@snru.ac.th

²อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา E-mail : Prakaikavin.sr@ssru.ac.th

Received: 2023-06-01 Revised: 2023-10-04 Accepted: 2023-11-04



บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยผ่านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) การสังเกต (Observation) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำรงรักษาอัตลักษณ์ไว้ให้คงอยู่คู่ชุมชนจำนวน 17 คน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการสื่อสารกลยุทธ์ ในประเด็นเหล่านี้ ซึ่งประกอบด้วย 1) สถานการณ์ 2) วัตถุประสงค์ 3) ข้อมูลประกอบในการวาง 4) เป้าหมาย 5) ผู้รับสาร 6) ข้อความหลักที่เป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสาร 7) กลยุทธ์ วิธีการ ที่เหมาะสม แล้วจึงนำไปสู่ การสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix ได้ 4 ลักษณะ ดังนี้ 1) กลยุทธ์เชิงรุก คือ การนำอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีความโดดเด่น นำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ ควรมีการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ การใช้เครื่องมือการสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อสื่อสารถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนให้กับผู้ส่งสาร ถ่ายทอดไปยังกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในชุมชน เพื่อลดช่องว่างระหว่างยุคสมัยของกลุ่มคน และเป็นการส่งต่อถ่ายทอดอัตลักษณ์ที่ดั้งเดิม 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การจัดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์ที่มีอยู่ให้ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน เพื่อนำข้อมูลอัตลักษณ์ไปใช้ในการเสนอบนเวทีสาธารณะ เช่น การประชุมวางแผนการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ หรือ การวางกลยุทธ์การสื่อสารการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาคเอกชน บูรณาการข้อมูลอัตลักษณ์ของชุมชนระหว่างภาคส่วนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 4) กลยุทธ์เชิงรับ คือ พยายามลดความ



รุนแรงของการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนที่ยุคสมัยของวัยที่แตกต่างกัน (Generation Gap) ที่มีทัศนคติความเชื่อ ค่านิยม แตกต่างกันไป ปรับทัศนคติให้เกิดความเข้าใจ โดยการเปิดเวทีสาธารณะ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างกลุ่มผู้มีองค์ความรู้ในเรื่องอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ กลุ่มเยาวชนในชุมชน และภาคีเครือข่ายหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชน ปรับให้เกิดความสมดุล เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่อัตลักษณ์ชุมชนกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน และอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้น

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, อัตลักษณ์ชุมชน

Abstract

The purpose of this research was to study communication strategies to inherit the identity of Tha Rae community. Sakon Nakhon Province is a qualitative research. Gather research data through related documents and research. in-depth interview, observation, group discussion. Provide key information that has a stake in maintaining the identity to remain in the community, totaling 17 people. The study found that Elements of Strategic Communication Must study these issues, which consist of 1) situations 2) objectives 3) supporting information in planning 4) goals 5) audiences 6) key messages at the heart of communication 7) strategies and appropriate methods then lead to Creating a communication strategy to preserve the identity of the Tha Rae community Sakon Nakhon Province through the TOWS Matrix tool in 4 ways as follows 1) Proactive strategy is to bring the identity of the community that is presented through modern communication channels. in order to effectively reach the audience This research uses communication through print media and e-books. 2) The corrective strategy is that there should be a workshop on the use of modern communication tools to communicate knowledge about community identity to messengers. transmitted to the new generation of youth in the community to reduce the gap between the generations of the group and is a way to pass on a good identity. 3) Preventive strategy is to manage the participation of the community in collecting existing identity information to cover all aspects in order to use the identity information in public forums such as travel agency planning meetings. government sector or tourism communication strategy formulation of private sector agencies Integrate community identity information between sectors in the same direction. 4) Passive strategy is trying to reduce the intensity of communication

between groups of people in different age groups (Generation Gap) with different attitudes, beliefs, values, adjusting attitudes to create understanding. By opening a public forum to exchange ideas between people who have knowledge on the identity of the Tha Rae community. community youth groups and network of government and private agencies adjust to balance To contribute to the understanding of what community identity is facing today. and the upcoming future.

Keywords : Communication strategy, Community identity

1. บทนำ

อัตลักษณ์ชุมชนไทยถือเป็นลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนที่ก่อร่างสร้างขึ้นมา ผ่านกระบวนการ ผ่านความเชื่อที่ผู้คนยึดถือปฏิบัติร่วมกัน [1] อัตลักษณ์ชุมชนในความหมายอีกนัยคือ “ความเป็นลักษณะเฉพาะที่” ที่สามารถบ่งชี้ความเป็นตัวชุมชนนั้น ๆ ได้ ซึ่งต้องมีความเกี่ยวข้องกับสมาชิกในชุมชน เป็นเงื่อนไขช่วยให้ชุมชนสามารถดำรงอยู่ มักมีรากฐานจากสิ่งที่เป็นธรรมชาติ เช่น อาหาร ภาษา ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชน เชื้อชาติ อัตลักษณ์ชุมชนไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นมาแล้วผู้คิดสอยห้อยตามติดตัวออกมาจากกรรมมารดา แต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นในช่วงชีวิตทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้มนุษย์เข้าใจและสามารถสื่อสารได้ว่า “เราคือใคร” และสื่อสารไปยังบุคคลอื่นเพื่อบ่งบอกว่า “แล้วเขาคือใคร” [2] โดยอาศัยสังคมเป็นตัวประกอบสร้างขึ้น และสืบทอดเชื่อมโยงผ่าน การเรียนรู้จากบทบาท หน้าที่ พฤติกรรม ที่เกิดจากตัวบุคคล เพื่อต่อสู้ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความเหมือน และต่อต้านสิ่งที่ไม่เหมือนหรือแตกต่างออกไปจากกลุ่มของตน เฉกเช่นเดียวกับชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนครที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นถูกก่อร่างสร้างขึ้นมาจากอดีตสู่ปัจจุบันเป็นเวลานานร้อยปี

ชุมชนท่าแร่จากอดีตสู่ปัจจุบัน

ประวัติศาสตร์ที่ยาวนานคือสิ่งที่สามารถรันตีความเจริญงอกงามของอัตลักษณ์ในอดีตผ่านเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชุมชน หากย้อนมองเรื่องราวในอดีตของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนครพบว่าชุมชนแห่งนี้ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจแตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ ชุมชนท่าแร่เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2427 โดยบาทหลวงโพรดอม บาทหลวงซาเวียร์ เกโก พระสงฆ์ คณะมิสซัง มิชชันนารี แห่งกรุงปารีส ฝรั่งเศส และครูทัน ซึ่งเป็นครูคำสอนชาวเวียดนาม ได้เข้ามาเผยแพร่ศาสนาในภาคอีสานจากอุบลราชธานี มาตั้งรกรากที่นครพนม อพยพมาสู่ตัวเมืองจังหวัดสกลนคร และประกอบศาสนพิธีโปรดศีลล้างบาปให้แก่กลุ่มชาวคริสต์ ซึ่งในยุคสมัยนั้นมีผู้สนใจเข้าร่วมเป็นชาวคริสต์เป็นจำนวนมากส่วนใหญ่เป็นคนเชื้อสายเวียดนาม ผสมปนเปกับชาวไทญ้อและไทลาว เมื่อมีจำนวนผู้ที่สนใจหันมาเข้าร่วมนับถือศาสนาคริสต์มากขึ้น จึงเกิดความยากลำบากในการจัดสรรที่ดิน พร้อมทั้งการกีดกันจากกลุ่มผู้ปกครองบ้านเมือง เจ้าหน้าที่ และชาวบ้านที่ไม่เห็นด้วย จึงมีการอพยพย้าย



ถิ่นฐานจากตัวเมืองสกลนคร ล่องแพขนาดใหญ่ข้ามไปอีกฟากฝั่งหนองหาร ซึ่งเป็นที่ตั้งของชุมชนท่าแร่ในปัจจุบัน

ชุมชนแห่งนี้ก่อเกิดจากการรวมตัวของหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ซึ่งศรัทธาในศาสนาคริสต์ โดยมีชาติพันธุ์ชาวเวียดนาม ไทยญ้อ ไทลาว อาศัยอยู่ในช่วงเริ่มต้น ด้วยวัฒนธรรมที่หลากหลายและแตกต่างกันส่งผลให้ชุมชนแห่งนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยกย่องกันในฐานะหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนหลากหลายแขนงในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริโภคเนื้อสุนัข วัฒนธรรมการบริโภคเนื้อสุนัขที่ติดสอยห้อยตามชาวเวียดนามที่อพยพเข้ามาสู่ดินแดนภาคอีสานตอนบนของประเทศไทย การอพยพเข้ามาของชาวเวียดนามได้นำเอาวัฒนธรรมการบริโภคเนื้อสุนัขเข้ามาเผยแพร่ในชุมชนก่อเกิดอัตลักษณ์ทางอาหาร หลอมรวมเติบโตไปพร้อมกับชุมชนท่าแร่ เมื่อปี พ.ศ.2510 ได้มีการก่อกำเนิดธุรกิจการจำหน่ายเนื้อสุนัขเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชั้นขยายกิจการจนเกิดการส่งออก สร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างมหาศาล จนทำให้เกิดประโยชน์คุณูปการเมื่อพูดถึงชุมชนแห่งนี้คือ “คนสกลกินหมา” หรือ “คนท่าแร่กินหมา” [3]

แม้อัตลักษณ์ทางการบริโภคเนื้อสุนัขจะส่งผลดีก่อนให้เกิดอาชีพและสร้างรายได้ให้คนในชุมชน แต่สิ่งที่เกิดขึ้นคือ มีผู้คนความเห็นต่างทางความคิดกันออกไป ซึ่งแน่นอนว่าการจำหน่ายและการบริโภคเนื้อสุนัขย่อมมีความแตกต่างกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นและวัฒนธรรมรัฐในประเทศไทย เกิดการไม่ยอมรับวัฒนธรรมการบริโภคที่ผิดแปลกไปจากวัฒนธรรมหลักของประเทศไทยที่มี อีกทั้งทางภาครัฐพยายามสร้างวัฒนธรรมอันดีที่สามารถบ่งชี้ความเป็นไทยเพื่อสร้างความกลมเกลียวเป็นอันหนึ่งอันเดียวของคนในชาติ จึงเกิดการขัดแย้งกับกลุ่มคนจำหน่ายและบริโภคเนื้อสุนัข มีการไม่ยอมรับ ปิบบังคับ ใช้ความรุนแรง กลายเป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในสังคม เกิดการจับกุม จ่ายส่วยให้เจ้าหน้าที่เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจ สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหากับธุรกิจการจำหน่ายและบริโภคเนื้อสุนัข จากกระแสเหตุการณ์ดังกล่าวจึงทำให้กลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายเนื้อสุนัขเริ่มปรับเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่น ๆ และกระแสนักทานเนื้อสุนัขเริ่มลดลงอาจมาจากการรณรงค์ การต่อต้านและการนำเสนอข้อมูลในแง่ลบผ่านสื่อต่าง ๆ จึงทำให้อาชีพการจำหน่ายเนื้อสุนัขเริ่มซบเซา

หลังจากชุมชนถูกกีดกันเกี่ยวกับการทำธุรกิจการจำหน่ายเนื้อสุนัขที่คนในชุมชนริเริ่มมองเห็นประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยช่วยกันผลักดันฟื้นฟูตนเองนำอัตลักษณ์ที่มีอยู่และมีความแตกต่างจากชุมชนอื่น ผลักดันตนเองเข้าสู่บริบทของการท่องเที่ยว ค้นหาจุดเด่นจากอัตลักษณ์นำมาเป็นจุดขายให้แก่นักท่องเที่ยว โดยชุมชนแห่งนี้มีอัตลักษณ์ที่สามารถนำมาประกอบสร้างเพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวได้ ไม่ว่าจะเป็น อัตลักษณ์ทางด้านอาหาร อัตลักษณ์ทางด้าน การแต่งกาย อัตลักษณ์ทางด้านที่อยู่อาศัย อัตลักษณ์ทางด้านประเพณี อัตลักษณ์ทางด้านภาษาที่ใช้ อัตลักษณ์ทางด้านอาชีพ อัตลักษณ์ทางด้านความเชื่อ อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ที่ชุมชนมีอยู่หากมีการสืบสานต่อให้คงอยู่ตามยุคโลกาภิวัตน์ และสื่อสารออกไปยังนักท่องเที่ยว

ย่อมส่งผลดีต่อการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างแน่นอน หากแต่ในสถานการณ์โลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โลกหมุนเวียนเปลี่ยนไป ทั้งเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการพัฒนาแบบก้าวกระโดด ทักษะคติของเยาวชนคนรุ่นใหม่ que เปลี่ยนไปตามกาลเวลา หรือแม้แต่วิกฤตการณ์โรคระบาด Covid-19 สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารเพื่อสืบสาน

อัตลักษณ์ชุมชนให้คงอยู่เฉกเช่นในอดีต สภาพอัตลักษณ์ชุมชนที่มีความหลากหลายเมื่อผ่านกาลเวลาอาจล่องหล่นเลือนหายไปตามอายุของผู้ที่ดำรงรักษาไว้ ขาดหาย การสืบทอดและการสื่อสารต่อไปยังเยาวชนคนรุ่นใหม่ ถือเป็นสิ่งหนึ่ง que ชุมชนต้องประสบพบเจอ การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรม เฉกเช่นแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด D. McQuail ที่กล่าวไว้ว่า การปฏิวัติการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารจะนำพาให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงของสังคมตามมาเสมอ [4] ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ ในฐานะผู้มีส่วนในการฟื้นฟูอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกระบวนการสื่อสาร

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ศึกษารวบรวมข้อมูล “อัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร” ผ่านกระบวนการเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) สังเกต (Observation) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การศึกษาจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย (Documentary Study)

วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำเป็นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร



4. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการสื่อสาร

การสื่อสารคือกระบวนการเผยแพร่แลกเปลี่ยนข้อมูลจากผู้ส่งสาร (Sender) ส่งข้อมูลข่าวสาร (Message) โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) [5] ซึ่งหากต้องการให้การสื่อสารประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ควรมีการนำกลยุทธ์เพื่อการสื่อสารเข้ามาพัฒนากระบวนการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารสูงสุด ภาวินท์ ศรีเกษมสุข และธাত্রี ใต้ฟ้าฟูล [6] กล่าวว่า กลยุทธ์ (Strategy) คือ ข้อความที่อธิบายว่า เราจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างไร เป็นการให้แนวทางของการสื่อสารโดยรวม ซึ่งอาจจะมีเพียงกลยุทธ์เดียวหรือหลากหลายกลยุทธ์ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และผู้รับสาร โดยกลุ่มกลยุทธ์ประกอบด้วย กลยุทธ์การสื่อสาร กลยุทธ์การใช้สื่อ กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ เมื่อศึกษาในส่วนของกลยุทธ์ด้านการสื่อสาร มีความหมายว่ากลยุทธ์หรือแนวทางในการสื่อสาร ว่าควรใช้การสื่อสารอย่างไร เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด การวางแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารจะต้องวางแผนให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เพื่อให้การสื่อสารนั้นช่วยผลักดันการดำเนินงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผู้ส่งสาร [7]

ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการสื่อสารว่า กลยุทธ์ด้านการสื่อสารคือการวางแผนอย่างมีระบบระเบียบ ขั้นตอนที่ชัดเจน โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้น แล้วนำมากำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ในด้านข้อมูล ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม โดยนำข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของชุมชน กำหนดเป้าหมายและผู้รับสารให้ชัดเจนเพื่อ สร้างกลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยมีกำหนดลำดับ ขั้นตอน หน่วยงาน การจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ใช้ชัดเจน เมื่อทำการสื่อสารออกไปแล้วจึงนำกลยุทธ์มาประเมินวัดผล วิเคราะห์ว่าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาในอนาคต [8] กลยุทธ์การสื่อสารที่มักถูกนำไปใช้ในการสื่อสาร ได้แก่

- 1) การส่งข่าวสารให้สื่อสารมวลชน
- 2) การแถลงข่าว
- 3) การสัมภาษณ์ผู้นำ หรือผู้บริหาร
- 4) การจัดสัมมนา
- 5) การฝึกอบรม
- 6) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
- 7) การตลาดทางตรง ส่งเสริมการขายและสร้างการรับรู้
- 8) การตลาดเชิงสังคม นำหลักการและเทคนิคทางการตลาดนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย
- 9) เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแข่งขัน การประกวด

- 10) กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้รับสาร
- 11) กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อคนในชุมชน
- 12) กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างการยอมรับ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- 13) กิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างสัมพันธ์ไมตรีระหว่างชุมชนกับสื่อมวลชน
- 14) การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถทำได้หลายช่องทางและได้รับความนิยมจนกลายเป็นสื่อกระแสหลักในปัจจุบัน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Helene B. Ducros ได้ศึกษาเกี่ยวกับประเด็น กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์และแสดงตัวตน ผ่านเทศกาลซูพของหมู่บ้านในฝรั่งเศส พบว่า คนในชุมชน มีการใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสาร ด้วยการศึกษาศึกษาถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยการนำเอาซูพมาประกอบสร้างเรื่องราวที่เปรียบเสมือนอาหารของชนชั้นสูงวางอยู่บนโต๊ะอาหารของกษัตริย์ และด้วยรูปแบบหมู่บ้านที่มีความเก่าแก่ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาเป็นมรดกทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา ให้ผู้รับสารได้รับทราบจนทำให้เกิดการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเกิดความคาดหวัง ส่งผลให้ ธุรกิจ ร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม ในชุมชนมีรายได้ และยืดช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวให้ยาวนานขึ้น เมื่อมีการประเมินวัดผลปัญหาที่พบคือ มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมามากเกินความต้องการ ทำให้ซูพที่เตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวรวมทั้งสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ซึ่งในอนาคตชุมชนแห่งนี้จะนำผลจากการประเมินวัดผลไปปรับปรุงเพื่อให้ได้แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารที่ดีขึ้น [9]

ภวิณี ศรีเกษมสุข และธাত্রี ใต้ฟ้าพล ที่ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรในภาวะวิกฤตของธุรกิจวิสาหกิจในประเทศไทย สอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารที่มักถูกนำไปใช้ในการสื่อสารข้างต้น โดย กลยุทธ์ในการสื่อสารที่องค์กรใช้คือการแจ้งเพื่อทราบเพื่อโน้มน้าวใจ โดยให้ผู้นำหรือผู้บริหารเป็นผู้สื่อสารเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ เมื่อผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือและสามารถสื่อสารโน้มน้าวใจได้แล้ว จึงนำไปสู่การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น การรังสรรค์กราฟิกให้เกิดความสวยงามในการสื่อสาร การสื่อสารข้อความที่ดูน่าสนใจ นอกจากนี้เมื่อเกิดภาวะวิกฤตการสร้างภาพลักษณ์องค์กรจะมีการสื่อสารไปยังพนักงานภายใน โดยการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และการสื่อสารไปยังสื่อมวลชนเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร [6]

6. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix โดยผู้วิจัยมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้



6.1 ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย

ประชากรที่เป็นผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาคชุมชน คือประชากรในชุมชนท่าแร่ นักวิชาการอิสระ ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำทางศาสนาคริสต์ในชุมชน หน่วยงานภาครัฐประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวและกีฬา นักวิชาการ ประจำวัฒนธรรมจังหวัด นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลด้านการบริการ วิชาการพื้นที่ชุมชนท่าแร่ ผู้นำชุมชน และภาคเอกชน ร้านอาหาร โรงแรม สื่อมวลชน ผู้ให้บริการ ด้านการเดินทาง รวม 17 คน โดยใช้การการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ประกอบด้วย การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structured Interview) รวมไปถึงการใช้รูปแบบการเก็บข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีการกำหนดประเด็นข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในการสืบสานอัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร

6.2 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตทางด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อ สืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

ขอบเขตเชิงพื้นที่ การวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ ในชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2564 – เดือนธันวาคม 2565

ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยนี้มีขอบเขตด้านประชากรคือ ศึกษาลักษณะเฉพาะ อัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ที่ก่อร่างสร้างขึ้นภายใต้ขีดความสามารถของชุมชน

6.3 ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

1) ศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่จังหวัดสกลนคร จากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร

2) เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยแบบสนทนากลุ่ม เพื่อวางแผนศึกษาออกแบบเป็น กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร

6.4 การเก็บรวบรวมและการตรวจสอบข้อมูล

สำหรับการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของวิจัย ผู้วิจัยใช้กระบวนการการตรวจสอบ แบบสามเส้า(Triangulation) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทบุคคล ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล ประเภทบุคคล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ประกอบด้วย การสัมภาษณ์แบบ มีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างกำหนดประเด็นข้อ คำถามด้านสภาพอัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร ในช่วงปี พ.ศ. 2510 - 2564 แบบสังเกต (Observation) แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ในส่วนของขนมธรรมเนียม ประเพณี

วัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ในมุมมองของผู้เยี่ยมชมหรือนักท่องเที่ยว โดยการสังเกต เก็บข้อมูล รายละเอียด บรรยากาศของของชนมธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิต พฤติกรรม ปฏิกริยา และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีการกำหนดประเด็นข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในการสืบสานอัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้เครื่องมือการจดบันทึก การบันทึกภาพถ่าย และเครื่องบันทึกเสียง เพื่อช่วยในการเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

การเก็บข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลประเภทเอกสาร โดยการศึกษาจาก เอกสาร ตำรา งานวิจัย (Documentary Study) ที่มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัยครั้งนี้ รวบรวม จดบันทึกประเด็นสำคัญ โดยรวบรวมข้อมูลดังกล่าวตลอดระยะเวลาการวิจัย

7. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร สามารถสรุปดังนี้

ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 4 ลักษณะ ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix ที่เป็นเครื่องมือการสร้างกลยุทธ์จากสถานการณ์ปัจจุบัน [10] เครื่องมือชนิดนี้เป็นการต่อยอดมาจากการวิเคราะห์ข้อมูล SWOT Analysis โดยการใช้การจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและภายในของชุมชน ในขั้นตอนแรกผู้วิจัยจะสรุปเนื้อหาการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของชุมชนเพื่อนำไปต่อยอดในการสร้างกลยุทธ์ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix ต่อไป

| ปัจจัยภายใน | จุดแข็ง (Strength) สิ่งที่ชุมชนมีความโดดเด่น | จุดอ่อน (Weakness) สิ่งที่ชุมชนยังขาดหรือทำได้ดีกว่านี้ |
|---------------------|--|--|
| ปัจจัยภายนอก | SO | WO |
| โอกาส (Opportunity) | ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส (กลยุทธ์เชิงรุก) | ใช้โอกาสลดจุดอ่อน (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) |
| | ST | WT |
| อุปสรรค (Threat) | ใช้จุดแข็งรับมือกับอุปสรรค (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) | แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค (กลยุทธ์เชิงรับ) |

ภาพที่ 1 เครื่องมือ TOWS Matrix Kris Piroj (2017)



จุดแข็ง (Strength)

จุดแข็งของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร พบว่า ชุมชนแห่งนี้มีรากฐานการนับถือศาสนาคริสต์ ซึ่งเป็นศาสนาที่มีความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับชุมชนรอบข้าง ด้วยประวัติศาสตร์การก่อตั้งชุมชนแห่งนี้ ทั้งจากการกีดกันจากเจ้าหน้าที่ จากหน่วยงานภาครัฐในสมัยนั้น และการต่อต้านจากกลุ่มคนบางกลุ่ม จึงส่งผลทำให้ชุมชนแห่งนี้มีความเข้มแข็ง มีอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่น เช่น มีอาหารประจำถิ่นที่มีความโดดเด่น มีประเพณีที่มีความตระกาลตา มีสถานที่ท่องเที่ยวและผังเมืองที่ได้รับวัฒนธรรมจากฝรั่งเศส จึงทำให้ชุมชนแห่งนี้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

จุดอ่อน (Weakness)

จุดอ่อนของชุมชนท่าแร่จังหวัดสกลนคร พบว่า การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารที่เกิดขึ้นในชุมชน การขาดการเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่างยุคสมัยของกลุ่มคน เกิดเป็นช่องว่างระหว่างวัย ที่มีทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม แตกต่างกัน ซึ่งปัจจุบันถือว่าความรุนแรง และมีทิศทางที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต อาจก่อให้เกิดผลเสียในการถ่ายทอดองค์ความรู้ส่งต่ออัตลักษณ์ของชุมชนที่มีอยู่ไปยังกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้ รวมทั้งวิธีการสื่อสารของกลุ่มผู้มั่งคั่งความรู้เรื่องอัตลักษณ์ชุมชนยังมีการพัฒนาเพื่อให้เท่าทันกับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในชุมชนมากเท่าที่ควร จึงมีความจำเป็นในการปรับตัวเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น

โอกาส (Opportunity)

โอกาสของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร พบว่า ประเทศไทยมีการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) โดย มิติด้านเศรษฐกิจเป้าหมายที่ 8 : ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน พร้อมทั้งหน่วยงานทางภาครัฐมีการเข้ามาพัฒนาชุมชนในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมไปถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทำให้การสื่อสารข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันมีความรวดเร็ว สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลดีในด้านโอกาสให้กับชุมชนในการพัฒนาในการสืบสานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

อุปสรรค (Threat)

อุปสรรคของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร พบว่า ภายในชุมชนยังขาดการส่งเสริมการสื่อสารแบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันชุดข้อมูลในการสื่อสาร

อัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่นั้นหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นชุมชนเอง ภาครัฐ และภาคเอกชน มีการจัดทำกระบวนการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งชุดข้อมูลอัตลักษณ์ที่สื่อสารออกไปอาจมีเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกันในบางประเด็น อาจส่งผลทำให้เกิดความผิดพลาดในข้อมูลที่ส่งไปยังผู้รับสารได้

การวางแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารจะต้องวางแผนให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เพื่อให้การสื่อสารนั้นช่วยผลักดันการดำเนินงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผู้สื่อสาร โดยมีองค์ประกอบของการสื่อสารกลยุทธ์ดังนี้

1) สถานการณ์ จากสถานการณ์ของภาวะผู้สื่อสาร (ผู้มีองค์ความรู้ในเรื่องอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่) ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคือ การขาดการเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่างยุคสมัยของกลุ่มคน ช่องว่างระหว่างรุ่น หรือช่องว่างระหว่างวัย ที่มีความแตกต่างกันทางด้านความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ ซึ่งปัจจุบันเกิดความรุนแรง และมีทิศทางที่มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นในอนาคต พร้อมทั้งสภาพของ โลกาภิวัตน์ที่มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป และสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้พฤติกรรมและทัศนคติในการใช้ชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดผลร้ายไม่สามารถเกิดการเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ ส่งต่ออัตลักษณ์ของชุมชนที่มีอยู่ ได้ไปยังกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้ จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนในการเรียนรู้ และเตรียมตัว เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น

2) วัตถุประสงค์ จากสถานการณ์ข้างต้นก่อให้เกิดวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อสร้างให้เกิดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร โดยการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลกลยุทธ์การสื่อสารผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix [10]

3) ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่จะใช้ในการสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ชุมชนไปสู่กลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ โดยจากการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของชุมชนมากำหนดเป็นกลยุทธ์ โดยใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่จะสามารถรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนแบบสังเขป บันทึกและสามารถส่งผ่านไปยังเยาวชนคนรุ่นใหม่ในชุมชนและกลุ่มคนในช่วยวัยอื่น ๆ สามารถหยิบจับและทำการศึกษาได้ง่าย พร้อมทั้งการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ไปนำเสนอบนสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) ซึ่งเนื้อหาในสื่อชนิดนี้ประกอบด้วยข้อมูล อัตลักษณ์ทางด้านอาหาร อัตลักษณ์ทางการแต่งกาย อัตลักษณ์ทางด้านที่อยู่อาศัย

อัตลักษณ์ทางด้านประเพณี อัตลักษณ์ทางด้านภาษาที่ใช้ อัตลักษณ์ทางด้านอาชีพ อัตลักษณ์ทางด้านความเชื่อ อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้บูรณาการร่วมกับนักศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ในรายวิชา คอมพิวเตอร์กราฟิก 1 ให้นักศึกษาได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้วิจัยแล้วนำมาจัดทำเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book)

4) เป้าหมาย คือ การนำสื่อที่จัดทำขึ้นสื่อสารไปยังกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในชุมชนสร้าง การรับรู้และให้เกิดความเข้าใจในอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งในอนาคตอาจส่งผลต่อยอดไปสู่การสืบสาน อัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร ส่งผลในการสานต่ออัตลักษณ์ให้กับเยาวชนคนรุ่นใหม่ในระยะยาว



5) ผู้รับสาร จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้รับสาร จากการเก็บข้อมูลผ่านการสนทนากลุ่ม พบว่า เยาวชนที่กำลังเป็นปัญหาและเกิดช่องว่างทางด้านความคิดคือ Generation Alpha หรือกลุ่มที่เรียกคนที่เกิดตั้งแต่ปี ค.ศ 2010 หรือตั้งแต่ พ.ศ. 2553 – 2566 ซึ่งสอดคล้องกับช่วงสภาพปัญหาที่อัตลักษณ์ของชุมชนเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง Generation Alpha เกิดมาพร้อมกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเป็นตัวของตัวเองสูง มีการเรียนรู้รวดเร็วในเรื่องของเทคโนโลยี ขาดการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นจากการที่อยู่กับเทคโนโลยีมาก ได้รับการดูแลจากครอบครัวเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แตกต่างจากยุคสมัยของกลุ่มคน Generation อื่น ๆ จึงมีความจำเป็นในการนำกลยุทธ์การสื่อสารนำไปใช้กับคนกลุ่มนี้ เพื่อก่อให้เกิดการสืบสานอัตลักษณ์ขึ้นในอนาคต

6) ข้อความหลัก ในการวิจัยนี้วัตถุประสงค์ ในการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร ดังนั้น ข้อความหลักที่จะใช้ในการสื่อสารคือ “อัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร” โดยในการจัดทำข้อมูลเพื่อการนำเสนอจะมีข้อมูลอธิบายเกี่ยวกับความหมายของอัตลักษณ์ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจถึงความหมายและความสำคัญของอัตลักษณ์และเกิดการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในชุมชน จนนำไปสู่กระบวนการถ่ายทอดส่งต่ออัตลักษณ์ไปยังผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมายต่อไป

7) กลยุทธ์การสื่อสาร หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูล SWOT Analysis ของชุมชนท่าแร่ แล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาต่อยอดในการสร้างกลยุทธ์ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix โดยผู้วิจัยสามารถสรุปเนื้อหาได้ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส (SO)

กลยุทธ์เชิงรุกในการสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชน คือ การนำจุดแข็งของอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นนำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย เช่น สื่อวิดีโอ สื่อออนไลน์ หรือแม้แต่สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างการรับรู้ในด้านอัตลักษณ์ให้เกิดขึ้นและต่อยอดจนเกิดเป็นที่การท่องเที่ยวได้ในอนาคตได้ในอนาคต จากการเก็บข้อมูลการสนทนากลุ่ม พบว่า ช่องทางการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ในชุมชนนั้นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีความเหมาะสมกับบริบทของชุมชนและสอดคล้องกับผู้รับสาร เภกเช่น สมาคมการพิมพ์ไทย ที่ได้ศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในยุคดิจิทัลโดยสรุปได้ 8 ประเด็น ว่า ควรมีการวิเคราะห์ผู้รับสาร ความสะดวกในการเข้าถึงเนื้อหา เนื้อหาควรสอดคล้องกับผู้รับสาร พัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ควบคู่กับการพัฒนาสื่อออนไลน์ เนื้อหาควรมีการวิเคราะห์ให้ครบถ้วน สามารถสร้างประโยชน์ให้กับผู้อ่าน และช่องทางการเข้าถึงที่สะดวกสบาย โดยผู้วิจัยได้จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) เพื่อนำเสนอข้อมูล อัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่แบบสังเขป ซึ่งหากมีการสื่อสารที่หลากหลายช่องทางมากขึ้น ย่อมส่งผลให้เกิดการรับรู้มากขึ้นเช่นเดียวกัน [11]



ภาพที่ 2 สื่อสิ่งพิมพ์และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) อัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่จังหวัดสกลนคร

กลยุทธ์เชิงแก้ไข ใช้โอกาสลดจุดอ่อน (WO)

กลยุทธ์เชิงแก้ไขในการสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชน คือ การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้เครื่องมือการสื่อสารและเทคนิคให้กับผู้ส่งสารหรือผู้ที่มีองค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์ของชุมชน ให้สามารถใช้สื่อในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชนไปยังกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในชุมชนได้ ถือเป็น การลดช่องว่างการสื่อสารระหว่างยุคสมัยของกลุ่มคน และเป็นการปรับรับเอาทัศนคติที่ดีงามของชุมชนส่งต่อให้เยาวชนคนรุ่นใหม่เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้รับสาร

กลยุทธ์เชิงป้องกัน ใช้จุดแข็งรับมือกับอุปสรรค (ST)

กลยุทธ์เชิงป้องกันในการสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชน คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อนำข้อมูลอัตลักษณ์ไปในเสนอในเวทีสาธารณะ เช่น การประชุมวางแผนการท่องเที่ยวของภาครัฐ หรือ การวางกลยุทธ์การสื่อสารการท่องเที่ยวในภาคเอกชน บูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงาน และนำเสนอข้อมูลอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จนก่อให้เกิดชุดข้อมูลที่มีความสอดคล้องกัน ส่งต่อให้ผู้รับสารไม่ว่าจะเป็น เยาวชนคนรุ่นใหม่ในชุมชน หรือนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงข้อมูล



กลยุทธ์เชิงรับ แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค (WT)

กลยุทธ์นี้จะเน้นการป้องกันเพียงอย่างเดียว ซึ่งแตกต่างออกไปจากกลยุทธ์ทั้ง 3 ลักษณะที่กล่าวมาข้างต้น โดยกลยุทธ์เชิงป้องกันในการสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชน คือ พยายามลดความรุนแรงของการสื่อสารระหว่างยุคสมัยของกลุ่มคน ที่มีทัศนคติความเชื่อ ค่านิยม แตกต่างกันไป ปรับทัศนคติให้เกิดความเข้าใจ ด้วยวิธีการเปิดเวทีสาธารณะเพื่อแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่าง กลุ่มผู้มั่งคั่งความรู้เรื่องอัตลักษณ์ของชุมชน กลุ่มเยาวชนในชุมชนและภาคีเครือข่ายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ปรับให้เกิดความสมดุล เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่ชุมชนกำลังเผชิญในปัจจุบัน และอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้น

8. อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร ยุคชีวิตปกติวิถีใหม่ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแร่ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยผ่านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) การสังเกต (Observation) การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการสื่อสารกลยุทธ์ ต้องศึกษาในประเด็นเหล่านี้ซึ่งประกอบด้วย 1) สถานการณ์ 2) วัตถุประสงค์ 3) ข้อมูลประกอบในการวางแผน 4) เป้าหมาย 5) ผู้รับสาร 6) ข้อความหลักที่เป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสาร 7) กลยุทธ์ วิธีการ ที่เหมาะสม 8) กลวิธีหรือกิจกรรม 9) ตารางการปฏิบัติงาน 10) การประเมินวัดผล สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์เป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, ภัทรพงศ์ เหล่าไพโรจน์ [7] ที่ได้กล่าวไว้ในการศึกษากลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ผ่านชุมชนออนไลน์ ว่าการวางแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารจะต้องวางแผนให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เพื่อให้การสื่อสารนั้นช่วยผลักดันการดำเนินงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผู้ส่งสาร

การสร้างกลยุทธ์การสื่อสารควรศึกษาปัจจัยภายในและภายนอก ผ่านเครื่องมือ SWOT Analysis จากนั้นค่อยนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ที่ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์เชิงรุก ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข ใช้โอกาสลดจุดอ่อน 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน ใช้จุดแข็งรับมือกับอุปสรรค 4) กลยุทธ์เชิงรับ แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามแนวคิดการสร้างกลยุทธ์ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix โดย [10] การสร้างกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพต้องศึกษาจากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร ที่มีการต่อยอดมาจาก SWOT Analysis ด้วยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

การสร้างกลยุทธ์การสื่อสารควรมีการค้นคว้าหาข้อมูลจากชุมชนที่เป็นกลุ่มคนที่มีองค์

ความรู้ด้านอัตลักษณ์ เนื่องจากอัตลักษณ์ชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องในการนำไปสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับ Helene B. Ducros [9] ที่ได้ศึกษา กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์และแสดงตัวตนผ่านเทศกาลชุมชนหมู่บ้านในฝรั่งเศส และค้นพบว่า การสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสาร ควรศึกษาให้เข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา หลังจากการนำกลยุทธ์ไปใช้ควรมีการประเมินวัดผลไปปรับปรุงเพื่อให้ได้แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสารที่ดีขึ้นอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ค้นพบกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ชุมชนท่าแร่ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับเยาวชนและชุมชน ซึ่งอาจใช้ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการสื่อสารเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้

2. การวิจัยครั้งนี้พบว่า การติดต่อประสานงานเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มคนหลากหลายกลุ่มเป็นไปได้ด้วยความยากลำบากอาจเพราะสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น จึงควรมีการวางแผนในการเก็บข้อมูลให้มีความรัดกุมและเตรียมแผนเพื่อรับมือกับสถานการณ์เฉพาะหน้า ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในมุมที่มีความแตกต่างออกไป เช่น อัตลักษณ์ของชนกลุ่มน้อยในชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนครที่นับถือศาสนาพุทธ

เอกสารอ้างอิง

- [1] สิริกานต์ ทองพูน. (2563). อัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านลานคา จังหวัดสุพรรณบุรี.
- [2] กาญจนา แก้วเทพ. (2551). การจัดการความรู้เบื้องต้นการสื่อสารชุมชน. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- [3] บุญธรรม อัจฉาญ. (2549). การศึกษารูรุกรกิจเนื้อสุนัขชุมชนท่าแร่ จังหวัดสกลนคร . จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- [4] McQuail,D. (1994). Mass Communication Theory (3ed) Sage.
- [5] Berlo, David K. (1960). The Process of Communication. New York : The Free Press.
- [6] ภวินท์ ศรีเกษมสุข และชาติรี ใต้ฟ้าพล. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรในภาวะวิกฤตของรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ปีที่ 38 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2563.



- [7] ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, ภัทรพงศ์ เหล่าไพโรจน์. (2559). กลยุทธ์การสื่อสาร และการรับรู้ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ผ่านชุมชนออนไลน์, ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (1 ก.ค. 2559), 315-334.
- [8] ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิรูปสื่อในประเทศไทย วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 4 (1), 1-17.
- [9] Helene B. Ducros. (2018). [ออนไลน์] “Fête de la Soupe”: rural identity, self-representation, and the (re)making of the village in France, *Journal of Place Management and Development*, Vol. 11 Issue: 3, pp.296-314, <https://doi.org/10.1108/JPMD-07-2017-0068>.
- [10] Kris Piroj. (2017) [ออนไลน์]. TOWS Matrix คืออะไร ? และตาราง TOWS Matrix ตัวอย่าง. [ค้นเมื่อ 11 กันยายน 2565]. จาก <https://greedisgoods.com/tows-matrix-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>.
- [11] สมาคมการพิมพ์ไทย. (2565). [ออนไลน์]. แนวทางการพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในยุคดิจิทัล. [ค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2565]. จาก <https://www.thaiprint.org/vol135/industrial135-03/>.