การออกแบบและการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา*

MESSAGE DESIGN AND MEDIA UTILIZATION IN DRIVING ECOTOURISM BY BA HOI SUBDISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, SABA YOI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

สมชาย สุขศรีแวว[1], วิทยาธร ท่อแก้ว[2] และ กานต์ บุญศิริ[3]

Somchai Suksiwaew[1], Wittayatorn Tokeaw[2] and Karn Boonsiri[3]

[1-3]สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

[1-3] Department of Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

Corresponding author E-mail: Somchai006724@gmail.com

วันที่รับบทความ : 23 มิถุนายน 2569; วันแก้ไขบทความ 12 กรกฎาคม 2569; วันตอบรับบทความ : 14 กรกฎาคม 2569

Received 23 June 2026; Revised 12 July 2026; Accepted 14 July 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระบวนการออกแบบสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 2) การใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งศึกษาผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการออกแบบสารและการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 26 คน จาก 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้กำหนดนโยบาย 2) ผู้ปฏิบัติงานการจัดการการสื่อสาร 3) ผู้ปฏิบัติงานในเครือข่ายการสื่อสารการท่องเที่ยว 4) ผู้นำชุมชน 5) นักท่องเที่ยว และ 6) นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการสื่อสาร เครื่องมือที่ใช้ในการ

* สมชาย สุขศรีแวว, วิทยาธร ท่อแก้ว และ กานต์ บุญศิริ. (2569). การออกแบบและการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 4(5), 862-875.

Somchai Suksiwaew, Wittayatorn Tokeaw and Karn Boonsiri. (2026). Message Design And Media Utilization In Driving Ecotourism By Ba Hoi Subdistrict Administrative Organization, Saba Yoi District, Songkhla Province. Journal of Interdisciplinary Social Development, 4(5), 862-875.;

DOI: https://doi.org/10.

Website: https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/

วิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์รายบุคคล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปประเด็นสำคัญ

ผลการวิจัย พบว่า 1) กระบวนการออกแบบสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องมีความชัดเจน เป็นระบบ และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดจุดขายที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่และใช้การเล่าเรื่องจากชุมชนเป็นแกนหลักในการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ แรงบันดาลใจ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ 2) การใช้สื่อในผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรใช้สื่ออย่างหลากหลาย ทั้งสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล รวมถึงสื่อกระแสหลัก เพื่อเผยแพร่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ ควบคู่กับการสร้างรายได้และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การสื่อสาร, กระบวนการออกแบบสาร, การใช้สื่อ, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, องค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย

Abstract

This research aimed to study: 1) the message design process for promoting ecotourism, and 2) the media utilization for promoting ecotourism of Ba hoi Subdistrict Administrative Organization, Saba Yoi District, Songkhla Province. This qualitative study focused on individuals involved in message design and media utilization for ecotourism promotion. A purposive sampling method was employed to select 26 participants from six groups: 1) policymakers, 2) communication management practitioners, 3) tourism communication network practitioners, 4) community leaders, 5) tourists, and 6) communication scholars and professionals. The research instrument was a semi-structured in-depth interview guide. Data were collected through individual interviews and analyzed using content analysis and thematic summarization.

The findings revealed that: 1) the message design process for promoting ecotourism must be clear, systematic, and aligned with target audiences. It should define key selling points that reflect the identity of the area and use community-based storytelling as the core communication strategy to foster

understanding, inspiration, and behavioral change among tourists. 2) Media utilization for promoting ecotourism should be diverse, including interpersonal media, activity-based media, and digital media, as well as mainstream media. This is to disseminate the value of natural and cultural resources, raise environmental conservation awareness, and simultaneously generate income and strengthen the long-term sustainability of local communities.

Keywords: communication, message design process, media utilization, ecotourism, Ba hoi Subdistrict Administrative Organization

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับสากลและระดับท้องถิ่น เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบทหรือพื้นที่ห่างไกลที่ยังคงรักษาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ได้อย่างสมบูรณ์

ประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายทั้งป่าไม้ ภูเขา ลำธาร และความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงวัฒนธรรมชุมชนที่เข้มแข็ง เหมาะสมอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และเป็นพื้นที่ที่มีความสงบ มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ตอบโจทย์แนวโน้มของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มองหาประสบการณ์ที่แท้จริง (authentic experiences) การเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวยังไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ การขาดกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวยังไม่รับรู้ถึงศักยภาพของพื้นที่นี้อย่างเพียงพอ (วราภรณ์ อินทนงค์, 2562)

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยถ่ายทอดคุณค่าเชิงนิเวศ ความงามของทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตของชาวบ้านออกสู่สาธารณชนในวงกว้าง โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารจึงต้องพัฒนาให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์

หรือแอปพลิเคชันเป็นเครื่องมือหลักในการตัดสินใจเดินทาง เนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของการดึงดูดและโน้มน้าวใจผู้ชม หากเนื้อหาไม่สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่มีความน่าสนใจมากพอย่อมไม่สามารถสร้างความประทับใจหรือแรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนพื้นที่ได้ นอกจากนี้ การใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube, Instagram หรือสื่อออฟไลน์อย่างแผ่นพับ โปสเตอร์ และกิจกรรมในพื้นที่ ย่อมต้องอาศัยการวางแผนและออกแบบให้เหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบทซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร งบประมาณ และบุคลากรด้านสื่อสาร (พัชรินทร์ ศรีโสภา, 2564) นอกจากนี้การออกแบบสารและ การใช้สื่อมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของการสื่อสารเพราะเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยง “ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรม” ของนักท่องเที่ยวและชุมชนเข้ากับเป้าหมายด้านความยั่งยืนของพื้นที่ การออกแบบสารที่ดีต้องมีความชัดเจน ถูกต้อง และ สะท้อนคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงอัตลักษณ์ชุมชนอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติที่ดีและตระหนักถึงความจำเป็นของการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ สำหรับการใช้สื่อในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเด็นการเลือกสื่อที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายเป็นอีกปัจจัยที่กำหนดประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่น การใช้สื่อดิจิทัลช่วยขยายการเข้าถึงและสื่อสารได้อย่างต่อเนื่อง ขณะที่สื่อชุมชน เช่น ป้ายตีความ เส้นทางการเรียนรู้ และกิจกรรมสื่อสารภาคสนาม ช่วยสร้างประสบการณ์ตรงและความเข้าใจเชิงลึก การใช้สื่อหลากหลายรูปแบบร่วมกัน (Multimedia Approach) ช่วยเพิ่มทั้งระดับความรู้และความตั้งใจในการปฏิบัติตามแนวทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ การบูรณาการการออกแบบสารกับการใช้สื่อยังช่วยเสริมความน่าเชื่อถือและทำให้สารมีพลังมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อสื่อถูกออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และ ภาษาที่ชุมชนเข้าใจง่าย (จินตนา กงเพชร, 2564)

จากเหตุผลดังกล่าว การวิจัยเรื่อง "การสื่อสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา” เน้นการศึกษาด้านการออกแบบเนื้อหาและด้านการใช้สื่อจะช่วยให้เข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนพัฒนาแนวทางการออกแบบเนื้อหาและการเลือกใช้สื่อที่สามารถถ่ายทอดคุณค่าเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการออกแบบสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

2. เพื่อศึกษาการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการออกแบบสารและการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา การเลือกใช้แนวทางเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกและละเอียดอ่อนเกี่ยวกับประสบการณ์ ความคิด ความรู้สึก แรงจูงใจ และมุมมองของผู้ให้ข้อมูลที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับรู้ในบริบทจริงของพื้นที่ เหมาะกับการศึกษากลุ่มคนเฉพาะที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงหรือประเด็นใหม่ที่ยังมีข้อมูลจำกัด ทำให้ได้ข้อมูลที่ลุ่มลึกและมีความหมายต่อการตีความเชิงวิชาการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการออกแบบสารและการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 26 คน จาก 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้กำหนดนโยบาย จำนวน 2 คน 2) ผู้ปฏิบัติงานการจัดการการสื่อสาร จำนวน 6 คน 3) ผู้ปฏิบัติงานในเครือข่ายการสื่อสารการท่องเที่ยว จำนวน 8 คน 4) ผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน 5) นักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน และ 6) นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการสื่อสาร จำนวน 3 คน

วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเฉพาะ คือ มีบทบาท มีประสบการณ์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นการวิจัย มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีบทบาทที่สำคัญในการออกแบบสารและการใช้สื่อ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับมีความลึก เชื่อมโยงกันได้ และสะท้อนภาพรวมของกระบวนการออกแบบสารและการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การออกแบบเครื่องมือวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือหลัก เนื่องจากเป็นวิธีการที่เอื้อต่อการเก็บข้อมูลเชิงลึกอย่างเป็นระบบ ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็น ถ่ายทอดประสบการณ์ และอธิบายมุมมองได้อย่างอิสระ กระบวนการพัฒนาเครื่องมือเริ่มจากการศึกษาวัตถุประสงค์ คำถามวิจัย และกรอบแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นฐานในการกำหนดประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน จากนั้นผู้วิจัยได้จัดหมวดหมู่ประเด็นการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมมิติสำคัญ เช่น ประสบการณ์ แนวคิด กระบวนการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข แล้วออกแบบคำถามในลักษณะปลายเปิดที่ไม่ชี้นำคำตอบ พร้อมจัดเตรียมคำถามต่อยอดเพื่อใช้เจาะลึกในประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึง โดยเรียงลำดับคำถามจากภาพรวมไปสู่ประเด็นเฉพาะ เพื่อให้การสนทนาเป็นธรรมชาติและต่อเนื่อง

หลังจากจัดทำร่างเครื่องมือแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ความครอบคลุม และความชัดเจนของถ้อยคำ พร้อมปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากนั้นจึงทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อตรวจสอบความเข้าใจ ระยะเวลา และความต่อเนื่องของคำถามก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงอย่างเป็นทางการ

เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 กระบวนการออกแบบสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วยประเด็นคำถามสำคัญ ดังนี้

1) สภาพปัญหาและความต้องการการสื่อสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

2) กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

3) แนวความคิดการออกแบบสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

4) ประเด็นเนื้อหาหลักในการสื่อสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

5) จุดขายที่ทำการสื่อสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 2 การใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วยประเด็นคำถามสำคัญ ดังนี้

1) การใช้สื่อบุคคลในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

2) การใช้สื่อกิจกรรมในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

3) การใช้สื่อเว็บไซต์ในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

4) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

5) การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในการผลักดันเชิงนิเวศเป็นอย่างไร

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มจากขั้นตอนการเตรียมการ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย วิเคราะห์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล สร้างเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างที่ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดและประเด็นติดตาม พร้อมทั้งเตรียมด้านจริยธรรม เช่น หนังสือยินยอมและอุปกรณ์บันทึกเสียง จากนั้นเข้าสู่ขั้นตอนการนัดหมายผู้ให้ข้อมูล ชี้แจงวัตถุประสงค์ ระยะเวลา และขอความยินยอมในการบันทึกเสียงหรือข้อมูล ในขั้นตอนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยแนะนำตนเอง อธิบายวัตถุประสงค์ และเริ่มต้นด้วยคำถามทั่วไปก่อนเข้าสู่คำถามเชิงลึก ระหว่างสัมภาษณ์ควรใช้ทักษะการฟังอย่างตั้งใจ (active listening) สังเกตพฤติกรรมไม่ใช้คำพูดและตั้งคำถามติดตามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกและหลากมิติ ส่วนขั้นตอนต่อมา คือ การบันทึกข้อมูล ทั้งการบันทึกเสียง บันทึกภาคสนาม (field notes) และการสรุปประเด็นทันทีหลังการสัมภาษณ์ เพื่อป้องกันข้อมูลตกเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลตั้งคำถามหรือเสนอความคิดเห็นเพิ่มเติม ขั้นตอนเหล่านี้ช่วยให้การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพมีความถูกต้องลึกซึ้ง และน่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงประเด็นอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการถอดความคำสัมภาษณ์จากไฟล์เสียงเป็นข้อความโดยคงถ้อยคำของผู้ให้ข้อมูลไว้ครบถ้วน จากนั้นอ่านทบทวนหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจภาพรวมของข้อมูลและบริบทการสนทนา ขั้นต่อมาคือการกำหนดรหัสข้อมูล โดยคัดเลือกข้อความหรือเหตุการณ์ที่สะท้อนความหมายสำคัญและกำหนดรหัสสั้น ๆ เพื่อแทนสาระนั้น ๆ แล้วนำรหัสที่มีความหมายใกล้เคียงกันมาจัดกลุ่มเป็นหมวดหมู่ พัฒนาเป็นประเด็นย่อย และสังเคราะห์เป็นประเด็นหลักที่ครอบคลุมมากขึ้น ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็นที่ได้โดยย้อนกลับไปพิจารณาข้อมูลต้นฉบับเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายราย และพิจารณาความแตกต่างของมุมมองเพื่อเพิ่ม

ความรอบด้าน สุดท้ายจึงเรียบเรียงและตีความเชิงลึก เชื่อมโยงกับบริบทและกรอบแนวคิดทางทฤษฎี เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่มีความชัดเจน เป็นระบบ และมีความน่าเชื่อถือทางวิชาการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อได้อย่างครบถ้วนและเป็นระบบ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษากระบวนการออกแบบสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย พบว่า “การสื่อสาร” เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับชุมชน แต่ปัจจุบันยังเผชิญข้อจำกัดหลายมิติ ทั้งด้านยุทธศาสตร์ เนื้อหา ช่องทาง บุคลากร และทรัพยากร ทำให้ศักยภาพของพื้นที่ยังไม่ถูกถ่ายทอดไปสู่สาธารณะอย่างเต็มที่ อบต.ยังไม่มีแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่เป็นระบบ เนื้อหากระจัดกระจาย เน้นบอกเล่าเชิงข้อมูล ใช้สื่อดั้งเดิมเป็นหลัก ขณะที่บุคลากรและผู้นำชุมชนยังขาดทักษะการสื่อสารสมัยใหม่ ระบบติดตาม–ประเมินผลการสื่อสารยังไม่ชัดเจน และถูกจำกัดด้วยงบประมาณและเทคโนโลยี

ในด้านเป้าหมายการสื่อสาร พบว่า จำแนกกลุ่มเป้าหมาย ออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเฉพาะ ชุมชนในพื้นที่ เยาวชนและนักเรียน/นักศึกษา สื่อมวลชนและผู้มีอิทธิพลทางสื่อ และหน่วยงานพันธมิตร/ผู้กำหนดนโยบาย แต่ละกลุ่มมีลักษณะ ความสนใจ และบทบาทแตกต่างกัน จึงต้องใช้สารและช่องทางสื่อเฉพาะ เช่น สื่อภาพสวยงามและประสบการณ์ “ไม่เหมือนใคร” สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป เนื้อหาลึกด้านระบบนิเวศและความยั่งยืนสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสำหรับชุมชน และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับเยาวชน รวมทั้งการใช้สื่อเชิงนโยบายและเวทีความร่วมมือสำหรับหน่วยงานพันธมิตร

สำหรับด้านแนวคิดการออกแบบสาร พบว่า การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ได้มุ่งโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่มุ่งสร้างความเข้าใจ แรงบันดาลใจ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แนวคิดสำคัญประกอบด้วย การใช้ Storytelling ที่หยั่งรากจากชุมชน นำเรื่องเล่าพื้นบ้าน ประวัติหมู่บ้าน และตำนานภูเขาหัวล้านมาสร้างเรื่องราวที่มีพลัง การออกแบบสารให้ผสาน “ความรู้–แรงบันดาลใจ–การมีส่วนร่วม” การใช้สัญลักษณ์และภาพแทนความหมายเพื่อสื่อถึงตัวตนของพื้นที่ การปรับเนื้อหาให้เหมาะกับแต่ละแพลตฟอร์ม (Facebook, TikTok, YouTube, เว็บไซต์) การกำหนดบุคลิกภาพแบรนด์ของบาโหยอย่าง

ชัดเจน การสอดแทรกแนวคิดความยั่งยืนเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรม และการให้ “เสียงของชุมชน” เป็นศูนย์กลางของเนื้อหา พร้อมทั้งวางแผนสารอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ ไม่ใช่กิจกรรมระยะสั้น

ส่วนประเด็นเนื้อหาหลักในการสื่อสาร พบว่า ควรครอบคลุมอย่างน้อย 8 ด้าน ได้แก่ การถ่ายทอดอัตลักษณ์พื้นที่ ทั้งภูมิประเทศ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต การอธิบายความสำคัญของระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและจิตสำนึกที่พึงประสงค์ ข้อมูลเส้นทางและจุดท่องเที่ยว ประสบการณ์การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ความพร้อมและบทบาท “เจ้าบ้านที่ดี” ของชุมชน การเตรียมตัวและมารยาทในการท่องเที่ยว และช่องทางการติดต่อ–เครือข่ายสนับสนุน เนื้อหาทั้งหมดต้องผสานทั้งมิติข้อมูลเชิงวิชาการ อารมณ์ร่วม และข้อปฏิบัติจริง เพื่อให้ผู้รับสารสามารถ “รู้–รู้สึก–ลงมือทำ” ได้ครบถ้วน

ส่วนจุดขายหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบาโหยที่ควรเน้นในการสื่อสาร ประกอบด้วย ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติและระบบนิเวศในแนวเทือกเขาบรรทัด การเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวสายอนุรักษ์ แหล่งเรียนรู้ธรรมชาติและวัฒนธรรมแบบมีชีวิต เส้นทางผจญภัยที่ปลอดภัยและยั่งยืนความงดงามของความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ การท่องเที่ยวที่สร้างรายได้อย่างเป็นธรรมให้ชุมชน การใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์แม้อยู่ในพื้นที่ชนบท และบรรยากาศความสงบแบบ Slow Life ที่เอื้อต่อการ “พักใจ” การสื่อสารจุดขายเหล่านี้ควรใช้การเล่าเรื่องจากประสบการณ์จริงของชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ผสมผสานภาพและเสียงของธรรมชาติ กับวาทกรรมเชิงอารมณ์และเทคโนโลยีสื่อร่วมสมัย

โดยสรุป งานวิจัยชี้ชัดว่า หากต้องการผลักดันตำบลบาโหยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน องค์การบริหารส่วนตำบลจำเป็นต้องปรับการสื่อสารจากรูปแบบกระจัดกระจายไปสู่การจัดการเชิงกลยุทธ์ที่บูรณาการการวิเคราะห์ปัญหา การรู้จักกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบสารที่มีคุณภาพ และการเลือกจุดขายที่สะท้อนคุณค่าของพื้นที่ควบคู่กับการยกระดับศักยภาพคนในชุมชนให้เป็น “ผู้เล่าเรื่อง” และ “ผู้จัดการการสื่อสาร” ด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหยสะท้อนว่า การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องใช้ “ชุดสื่อ” ที่หลากหลาย เชื่อมโยงทั้งคน กิจกรรม และแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายร่วมกันคือ

สร้างความรู้ ความเข้าใจ คุณค่า และจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

ในด้านสื่อบุคคล พบว่า คนในพื้นที่คือหัวใจสำคัญของการสื่อสารเชิงนิเวศ ผู้นำชุมชนทำหน้าที่สร้างความน่าเชื่อถือ ต้อนรับ อธิบายบริบทและกติกาการท่องเที่ยวด้วยภาษาที่สุภาพจริงใจ และใช้เรื่องเล่าชีวิตจริงเป็นสื่อเสริม มัคคุเทศก์ท้องถิ่นทำหน้าที่เป็น “สะพาน” ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ถ่ายทอดความรู้ผ่านการเล่าเรื่องและการหยิบจับธรรมชาติรอบตัวมาอธิบาย วิทยากรภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ผู้สูงวัย ช่างฝีมือ เกษตรกร ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่หาไม่ได้จากหนังสือ ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง เยาวชนท้องถิ่นทำหน้าที่เป็น “สื่อใหม่” ใช้ TikTok, Vlog, Live ถ่ายทอดเรื่องราวชุมชนในภาษาวัยรุ่น ขณะที่พ่อค้าแม่ค้าและผู้ให้บริการ เช่น ร้านอาหาร ของที่ระลึก โฮมสเตย์ เป็นด่านหน้าที่สร้างความประทับใจแรก ผ่านการพูดคุยกันเอง เล่าเรื่องวัตถุดิบและแนะนำพื้นที่เพิ่มเติม นอกจากนี้ ยังมีนักรีวิวและองค์กรอาสาสมัครด้านสิ่งแวดล้อมที่ช่วยขยายการรับรู้ในวงกว้าง ทั้งในเชิงภาพลักษณ์และเชิงวิชาการ ข้อค้นพบสำคัญคือ บุคคลทุกกลุ่มมีศักยภาพเป็น “สื่อมีชีวิต” ที่สร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจได้ หากได้รับการพัฒนาทักษะการสื่อสารอย่างเป็นระบบ

ส่วนสื่อกิจกรรมทำหน้าที่เป็นสื่อเชิงประสบการณ์ที่พานักท่องเที่ยว “เรียนรู้ผ่านการลงมือทำ” เช่น กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติที่ใช้ป้ายความรู้ คำถามชวนคิด และเกมแฝงเพื่อสร้างความเข้าใจระบบนิเวศ กิจกรรมเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ให้ผู้มาเยือนลงมือทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร หัตถกรรม หรืออาหารพื้นบ้าน ค่ายเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์ที่ใช้กิจกรรมกลุ่ม เกม และงานจิตอาสาเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกสิ่งแวดล้อม กิจกรรมเชิงพิธีกรรมและวัฒนธรรมที่เปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวสัมผัสมิติทางจิตวิญญาณของชุมชนอย่างเหมาะสม และกิจกรรมถ่ายภาพธรรมชาติและเล่าเรื่องที่ช่วยให้ผู้มาเยือนกลายเป็นผู้สร้างสื่ออนุรักษ์ด้วยตนเอง สื่อกิจกรรมเหล่านี้ช่วยยกระดับการท่องเที่ยวจาก “การมาเที่ยว” สู่ “การเรียนรู้และผูกพันกับพื้นที่

ในมิติของ สื่อดิจิทัล เว็บไซต์ของ อบต.บาโหยทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลการท่องเที่ยว ให้รายละเอียดแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม กฎระเบียบ ความปลอดภัย และเนื้อหาด้านการอนุรักษ์ พร้อมข้อเสนอให้พัฒนาเรื่องประสบการณ์ผู้ใช้ ระบบแผนที่ เนื้อหาคุณภาพ และการบูรณาการมัลติมีเดีย เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก และท่องเที่ยวเสมือนจริง ทั้งยังควรเปิดให้ชุมชนร่วมผลิตเนื้อหาและเชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ พร้อมกันนั้น การใช้ ผู้มีอิทธิพลออนไลน์ช่วยสร้างกระแสและแรงบันดาลใจ โดยเลือกผู้มีภาพลักษณ์เป็นมิตรกับธรรมชาติ มี

ความรู้เชิงอนุรักษ์ ใช้หลายแพลตฟอร์มทั้ง Facebook, Instagram, YouTube, TikTok เน้นคอนเทนต์เชิงสาระ เล่าเรื่องชุมชน สร้างแรงบันดาลใจ และรักษาสมดุลระหว่างความนิยมกับคุณค่าทางนิเวศผ่านข้อตกลงความร่วมมือที่ชัดเจน และการวัดผลทั้งเชิงออนไลน์และจำนวนนักท่องเที่ยวจริง

สุดท้าย สื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยเฉพาะของกรมประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์จังหวัด ยังมีบทบาทสูงในพื้นที่ชนบท ใช้รายการสนทนา สารคดีท่องเที่ยว และสปอตประชาสัมพันธ์ ถ่ายทอดเรื่องราวธรรมชาติและวัฒนธรรมบาโหยสู่สาธารณะวงกว้าง ผ่านความร่วมมือระหว่าง อบต.กับสถานีรัฐและสื่อท้องถิ่น

โดยรวม การใช้สื่อของตำบลบาโหยจึงเป็น “ระบบนิเวศการสื่อสาร” ที่บูรณาการสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อดิจิทัล ผู้มีอิทธิพล และสื่อกระแสหลัก เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เติบโตบนฐานของความรู้ อัตลักษณ์ชุมชน และความยั่งยืนร่วมกัน

อภิปรายผล

1) วัตถุประสงค์ที่ 1 กระบวนการออกแบบสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการออกแบบสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหยยังคงประสบปัญหาในหลายมิติ ทั้งด้านการขาดแผนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ที่เป็นระบบ การกระจายตัวของเนื้อหา การพึ่งพาสื่อดั้งเดิมเป็นหลัก รวมถึงข้อจำกัดด้านบุคลากร งบประมาณ และทักษะการสื่อสารยุคดิจิทัลของแกนนำชุมชนและเจ้าหน้าที่ ซึ่งส่งผลให้ศักยภาพของพื้นที่ยังไม่สามารถถ่ายทอดออกสู่สาธารณะได้อย่างเต็มที่ มีความสอดคล้องอย่างชัดเจนกับงานศึกษาของ ศิริมาลย์ วัฒนา และคณะ (2559) ที่ชี้ว่ากลไกการบริหารจัดการด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงชุมชนยังขาดความเป็นระบบ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชนในเชิงโครงสร้าง ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่องและไม่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ ทิพาพร ไตรบรรณ์ (2557) ที่ระบุว่าการขาดความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) วัตถุประสงค์ที่ 2 การใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์การบริหารส่วนตำบลบาโหย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลบาโหยใช้สื่อหลากหลายรูปแบบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อวิทยุ–โทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อดังกล่าวยังขาดการบูรณาการเชิงกลยุทธ์ระหว่างสื่อแต่ละประเภท ส่งผลให้การสื่อสารไม่สามารถสร้างพลังร่วม (Synergy) ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดชลธิชา บุนนาค. (2562) ที่ชี้ว่าสื่อบุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ความผูกพัน และกระตุ้นการกลับมาเยือนซ้ำได้ ซึ่งสอดคล้องกับกรณีของตำบลบาโหยที่ผู้นำชุมชนและไกด์ท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับแหล่งท่องเที่ยว ในด้านสื่อกิจกรรม ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) ที่มองว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมจริงช่วยสร้างความเข้าใจและประสบการณ์ที่ลึกซึ้งให้แก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม กิจกรรมท่องเที่ยวของบาโหยยังไม่ได้รับการออกแบบให้เป็นเครื่องมือสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์และคุณค่าของพื้นที่ได้อย่างเป็นระบบ สำหรับสื่อเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานของธนิกา แซ่ตั้งและพงษ์ศิริ วงศ์ตรี. (2565). ที่ระบุว่าสื่อดิจิทัลเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างการรับรู้และการตัดสินใจก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว แต่กรณีของบาโหยยังขาดการบริหารจัดการเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การสื่อสารขาดความสม่ำเสมอและยังไม่สามารถขยายฐานนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ ขณะที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ยังคงมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ข้อมูลของประชาชนในพื้นที่ชนบทและกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิธร ชูทรงเดช. (2563). ที่พบว่าสื่อดั้งเดิมยังมีอิทธิพลต่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเทศกาลท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่ที่การเข้าถึงสื่อดิจิทัลยังไม่ครอบคลุม

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการออกแบบสารในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีข้อจำกัดทั้งด้านยุทธศาสตร์ เนื้อหา ช่องทาง บุคลากร ทรัพยากร และระบบติดตามประเมินผล ต้องกำหนดการสื่อสารเชิงรุกที่ชัดเจน รู้จักกลุ่มเป้าหมาย และออกแบบสารให้สอดคล้องกับลักษณะ ความสนใจ และช่องทางของแต่ละกลุ่ม ควบคู่กับการกำหนดจุดขายที่สะท้อนคุณค่า

ของพื้นที่ ด้านการออกแบบสาร เน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ แรงบันดาลใจ การเปลี่ยนพฤติกรรม ผ่านการเล่าเรื่องจากชุมชน ใช้สัญลักษณ์และภาพแทนความหมาย กำหนดบุคลิกภาพแบรนด์บาโหยอย่างชัดเจน ปรับเนื้อหาให้เหมาะกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ และให้เสียงของชุมชนเป็นศูนย์กลางของเรื่องเล่า พร้อมวางแผนสารอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ ส่วนการใช้สื่อในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย การใช้สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำชุมชน มัคคุเทศก์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เยาวชน พ่อค้าแม่ค้า นักรีวิว การใช้สื่อกิจกรรมเชิงประสบการณ์การเดินป่าการเรียนรู้ภูมิปัญญา กิจกรรมค่ายเยาวชน พิธีกรรมวัฒนธรรม และการใช้สื่อดิจิทัล ได้แก่ เว็บไซต์ เพจ สื่อสังคมออนไลน์ คอนเทนต์มัลติมีเดียโดยผู้มีอิทธิพลทางสื่อ และสื่อกระแสหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ คุณค่า และจิตสำนึกอนุรักษ์ ไปพร้อมกับการสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้ชุมชนอย่างยั่งยืน **ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย** จากผลการวิจัยดังกล่าว ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรกำหนด “นโยบายการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” เป็นนโยบายเฉพาะในแผนพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้การสื่อสารมีทิศทางชัดเจน ไม่ขึ้นกับบุคคล และดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาว มีการบูรณาการนโยบายการท่องเที่ยวกับนโยบายสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจชุมชน การสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรถูกบูรณาการเข้ากับนโยบายด้านการอนุรักษ์ทรัพยากร การส่งเสริมอาชีพชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผลักดันนโยบายชุมชนเป็นเจ้าของการสื่อสาร ภาครัฐควรเปิดพื้นที่เชิงนโยบายให้ชุมชนเป็นผู้ผลิตสารเล่าเรื่อง และกำหนดทิศทางการสื่อสารของตนเอง เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความยั่งยืน นอกจากนี้ ควรมีการสนับสนุนงบประมาณและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ เทคโนโลยี และทรัพยากรด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่องในระยะยาว **ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป** การวิจัยในอนาคตควรมุ่งศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในหลายมิติ ได้แก่ การใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencers) ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว บทบาทของเยาวชนในฐานะนักสื่อสารชุมชนดิจิทัล ผลกระทบของการสื่อสารต่อรายได้และคุณภาพชีวิตของชุมชน และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวจากการรับสาร นอกจากนี้ ควรศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสงขลา จังหวัดใกล้เคียง และพื้นที่ชายแดนใต้ โดยเปรียบเทียบพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จด้านการสื่อสารกับพื้นที่ที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด สำหรับระเบียบวิธีวิจัย ควรใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ร่วมกับการ

วิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) การวิจัยเชิงทดลองด้านการออกแบบสื่อ (Media Experiment Research) และการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อดิจิทัล (Social Media Analytics) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและนำไปใช้พัฒนาการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

จินตนา กงเพชร. (2564). การใช้สื่อชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ชนบท. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ชลธิชา บุนนาค. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารของสื่อบุคคลท้องถิ่นเพื่อสร้างความผูกพันและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน. ในดุษฎีนิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ทิพาพร ไตรบรรณ์. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กรณีศึกษา หมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธนิกา แซ่ตั้ง และพงษ์ศิริ วงศ์ตรี. (2565). อิทธิพลของสื่อดิจิทัลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของประชากรในกรุงเทพมหานคร. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ, 10(2), 45-58.

พัชรินทร์ ศรีโสภา. (2564). รูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน. วารสารนิเทศศาสตร์, 39(2), 85–104.

วราภรณ์ อินทนงค์. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. วารสารการท่องเที่ยวไทย, 15(1), 55–72.

ศศิธร ชูทรงเดช. (2563). การสื่อสารความรู้ผ่านนวัตกรรมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมชุมชน. วารสารวิชาการศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 13(1), 85-98.

ศิริมาลย์ วัฒนา และคณะ. (2559). ศักยภาพของชุมชนกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 8(1), 83 – 96.