

การพัฒนาานวัตกรสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม :
ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

Developing Community Communication Innovators to Create Value Added
Eco-Cultural Tourism : Phu Pha Thong, Roi Et Province

วันที่รับบทความ: 16 กันยายน 2567 / วันที่แก้ไขบทความ: 11 ธันวาคม 2567 / วันที่ตอบรับบทความ: 24 ธันวาคม 2567

ประภาภรณ์ รัตน์^{1**}

Prapaporn Ratano^{1**}

Abstract

The research on the development of community communication innovators to create added value in eco-cultural tourism : Phu Pha Thong, Roi Et province is mixed research by quantitative research to study factors related to the development of community communication innovators and to study the relationship between the characteristics of community communication innovators and factors related to the development of community communication innovators, quantitative research tool is questionnaire. Qualitative research to study guidelines for the development of community communication innovators to create added value in eco-cultural tourism : Phu Pha Thong, Roi Et province, collect data by interview.

Quantitative research from a sample of 400 tourists, it was found that the sender skills and content creation skill the average value was 3.80, which was a high level. The sender skills factor related a very high correlation with the characteristics of community communication innovators ($r = .921^{**}$) statistically significant at the level of 0.01

Qualitative research, it was found the model of guidelines for the development of community communication innovators under the communication model "Phu Pha Tong Story" consists of 3 important components there are creating participation, building communication skills, creating and promoting tourism and the key links the three elements are cultural capital, institutional capital and natural resource capital.

Keywords : Communication Innovators, Community Communication, Eco-Cultural Tourism

* การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยการจัดสรรทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ประจำปีงบประมาณ 2567

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

¹ Faculty of Liberal Art and Sciences, Roi Et Rajabhat University,

**Corresponding author; E-mail address : prapaporn.r@reru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชน และศึกษาความสัมพันธ์คุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชนกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชน เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์

ผลการวิจัยเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 400 คน พบว่า ทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสาร และทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาระ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.80 อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสารมีความสัมพันธ์ระดับสูงมากกับคุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชน ($r = .921^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนภายใต้รูปแบบการสื่อสาร “Phu Pha Tong Story” ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างทักษะการสื่อสาร การสร้างสรรค์และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว และเส้นสายสำคัญที่เชื่อมโยงทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ทูตทางวัฒนธรรม ทูตทางสถาบัน และทูตทางทรัพยากรธรรมชาติ

คำสำคัญ : นวัตกรรมสื่อสาร สื่อสารชุมชน การท่องเที่ยววนิเวศวัฒนธรรม

1. หลักการและเหตุผล

แผนพัฒนาจังหวัดร้อยเอ็ด พ.ศ. 2561 – 2565 เป้าหมายในการพัฒนา “ร้อยเอ็ดเมืองอัจฉริยะด้านเกษตร ข้าวหอมมะลิ เมืองสุขภาพดี และศูนย์กลางการท่องเที่ยววัฒนธรรมอีสาน” โดยระบุประเด็นในการพัฒนายกระดับการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมด้านการค้าและการลงทุนสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้า OTOP รายได้จากการท่องเที่ยว ประเด็นดังกล่าวยังสืบต่อในแผนพัฒนาจังหวัดร้อยเอ็ด พ.ศ. 2566 – 2570 เป้าหมายการพัฒนาจังหวัด (ระยะ 5 ปี) ตั้งเป้าหมาย “ร้อยเอ็ดเมืองเกษตรอัจฉริยะ ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ วัฒนธรรมสร้างมูลค่า สังคมพัฒนาอย่างยั่งยืน” (สำนักงานจังหวัดร้อยเอ็ด, 2564) จากแผนการพัฒนาจังหวัดร้อยเอ็ด ตลอดระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 – 2570 แสดงให้เห็นว่าจังหวัดร้อยเอ็ดมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและมีเป้าประสงค์ที่จะพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางวัฒนธรรมสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

อย่างไรก็ตามการบรรลุตามนโยบายสู่การยกระดับจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยววัฒนธรรมอีสานซึ่งหัวใจสำคัญ คือ การส่งเสริมสื่อสารอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทุนทางวัฒนธรรมในจังหวัดให้เป็นที่รู้จักโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านการสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงร้อยเอ็ดแก่นักท่องเที่ยว ผู้คน ได้เรียนรู้ เข้าใจ นำไปสู่การตัดสินใจบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ สารตั้งต้นที่สำคัญ คือ คนในท้องถิ่นต้องตระหนักคุณค่าทางวัฒนธรรมของตนด้วยความเข้าใจเพื่อเผยแพร่อย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม จาก การทบทวนวรรณกรรมด้านการสื่อสารทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3 ประเภท ประเภทที่หนึ่ง คือ ศึกษามุมมองความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของทุนวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ ประเภทที่สอง คือ ศึกษาการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นกับการสืบทอดทุนทางวัฒนธรรม ประเภทที่สาม คือ การส่งเสริมค้นหาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม ประเด็นที่พร่องไป คือ การเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารของคนต้นเรื่องในท้องถิ่นเพื่อสร้างบุคลากรที่เรียกว่า “นักสื่อสารชุมชน” ซึ่งเป็นบุคคลที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงและการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติในพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจ คือ สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ด้านสังคม คือ การเชื่อมโยงสร้างการมีส่วนร่วมภายใต้เป้าหมายเดียวกันของคนในท้องถิ่นด้วยการเล่าเรื่องจากคนต้นเรื่องสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ วัฒนธรรมสร้างมูลค่าในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยธรรมชาติเป็นฐาน (Nature-based Tourism) เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภท อุทยาน วนอุทยาน เกาะแก่ง และชายทะเล อาจหมายรวมถึงศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น (พระมหานพรัตน์ เตชะชิโร (เปี่ยมเพ็ชร), 2561) หรืออีกนัยหนึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมเป็นแนวคิดที่ผสมผสานทั้งด้านนิเวศวิทยาและวัฒนธรรมของภูมิประเทศเข้าด้วยกันเพื่อสร้างเป็นสวรรค์แห่งการท่องเที่ยว (Cajee, L, 2014)

จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดที่อยู่ตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเส้นทางเชื่อมโยงจากจังหวัดอีสานตอนบนสู่จังหวัดแถบริมแม่น้ำโขง รายได้หลักของประชากรในจังหวัดร้อยเอ็ดมาจากภาคการเกษตร รายได้รอง คือ การมุ่งหวังรายได้ที่เกิดจากการบริการและการท่องเที่ยว ปัญหาที่พบจากการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด คือ จังหวัดร้อยเอ็ดอยู่ในสถานะเส้นทางผ่านแต่มีจุดหมายปลายทางของ

นักท่องเที่ยว ความท้าทายและโอกาสของจังหวัดร้อยเอ็ด คือ การเปลี่ยนจากทางผ่านให้กลายเป็นเส้นทาง การท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นเส้นทางสำคัญที่เชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดแถบลุ่มแม่น้ำโขง เช่น จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม

ภูผาทอง คือ คำที่ในงานวิจัยนี้ใช้เรียกแทนพื้นที่ตำบลผาน้ำย้อยและตำบลภูเขาทอง อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมและต้นทุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีสถานที่ท่องเที่ยวหลักของจังหวัดร้อยเอ็ด ชื่อตำบลผาน้ำย้อยมาจากชื่อผาน้ำที่ตั้งอยู่ที่บ้านโคกกลาง มีลักษณะเป็นผาน้ำขนาดใหญ่ที่อยู่บนภูเขาเขียวและมีน้ำไหลและซึมตลอดปีเป็นเหมือนเส้นแบ่งพรมแดนระหว่างอำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหารและอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ลักษณะพื้นที่มีจุดเด่นสองด้าน คือ ด้านนิเวศเส้นทางธรรมชาติ เป็นที่ตั้งของวนอุทยานผาน้ำย้อยและด้านนิเวศวัฒนธรรมเป็นที่ตั้งของพุทธวนอุทยานภายในบริเวณมีพระมหาเจดีย์ชัยมงคล (องค์การบริหารส่วนตำบลผาน้ำย้อย, 2567) นอกจากนี้ตำบลผาน้ำย้อยยังเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ตำบลภูเขาทอง ซึ่งมีพื้นที่บางส่วนเป็นภูเขาและเนินเขา มีแหล่งน้ำและอ่างเก็บน้ำเหมาะที่จะส่งเสริมพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น อ่างเก็บน้ำห้วยวังนอง อ่างเก็บน้ำห้วยพุงใหญ่ น้ำตกถ้ำโสดา

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการท่องเที่ยวและการสื่อสารในพื้นที่ในอำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยพบช่องว่างทางการศึกษา 2 ประการ ประการแรกประเด็นในการศึกษาที่ผ่านมาการศึกษาในมิติการปกครองส่วนท้องถิ่นกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว การศึกษาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเฉพาะแห่ง ยังไม่พบประเด็นที่เฉพาะเจาะจงด้านการสื่อสาร ประการที่สองระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษา พบว่า มีการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์คนในพื้นที่หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบการวิจัยที่มุ่งประเด็นในมิติการสื่อสารและใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาในแต่ละประเด็น โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชน จากมุมมองของผู้รับสาร (นักท่องเที่ยว) และการวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์คุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชนกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1. แนวคิดการสื่อสารการมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดที่นำหลักการสื่อสารกับการพัฒนาไปใช้ร่วมกัน จุดเด่นของแนวคิดนี้ คือ ในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้นจะเข้ามามีบทบาทตั้งแต่ต้นทาง คือ การวางแผน จนถึงปลายทาง คือ การประเมินผล

อานนท์ บัวภา (2564) กล่าวถึง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ว่าเป็นกระบวนการสื่อสารแบบสองทางในลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยทุกฝ่ายสามารถสลับบทบาทเป็น “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” หรืออาจเรียกได้ว่าเป็น “คู่สื่อสาร” ผ่านเวทีการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของกันและกัน ความเท่าเทียมกันและการทำงานร่วมกัน ก่อให้เกิดการระดมความคิด การแลกเปลี่ยน การตัดสินใจ การวางแผน เพื่อนำข้อสรุปจากการสื่อสารไปสู่การตัดสินใจดำเนินการต่าง ๆ ทำให้เกิดการพัฒนา

การสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

แนวคิดการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารในประเด็นต่าง ๆ ในสังคม เช่น การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมด้านการพัฒนา การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เพื่อประยุกต์ใช้ในการดำเนินการวิจัย

กิจอุตม เสือเจริญ กานต์ บุญศิริ และวิทย์ธร ท่อแก้ว (2567) กล่าวถึง การสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นการจัดระบบกระบวนการแลกเปลี่ยนสารเพื่อเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบาย พันธกิจ โครงสร้าง การวางแผนการปฏิบัติการสื่อสาร การกำหนดเนื้อหาวิธีการเผยแพร่ การติดตามประเมินผลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถสรุปข้อค้นพบได้ 2 ส่วน ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสาร

1. กลยุทธ์ของการสื่อสาร ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ กลยุทธ์ผู้ส่งสาร กลยุทธ์เนื้อหาสาร กลยุทธ์สื่อ กลยุทธ์ผู้รับสาร

2. รูปแบบของการสื่อสาร ประกอบด้วย 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

จากการทบทวนแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องมือในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพัฒนานวัตกรสื่อสารชุมชน โดยแบ่งออกเป็น 6 ประเด็นในแบบสอบถาม ดังนี้ คุณลักษณะของนวัตกรสื่อสารชุมชน ทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสาร ทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาร ทักษะเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร ทักษะเกี่ยวกับผู้รับสาร รูปแบบการสื่อสาร

3.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์

อัตลักษณ์เป็นตัวกำหนดขอบเขตว่า เราเป็นใคร เราเหมือน/ต่างจากคนอื่นอย่างไร มีใครเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกันกับเราบ้าง เราควรมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างไร และคนอื่นควรจะสานสายสัมพันธ์กับเราอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551)

ในมุมมองของอัตลักษณ์กับชุมชน เมธาวี จำเนียร (2562) กล่าวว่า อัตลักษณ์ หมายถึง การบ่งบอกตัวตน ความพิเศษ ความเป็นหนึ่งเดียวที่มีความแตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น ในที่นี้ คือ ชุมชน อัตลักษณ์ของชุมชนก็คือ ลักษณะเฉพาะของชุมชนทั้งทางรูปธรรมและนามธรรม อัตลักษณ์ชุมชนมีความสำคัญทั้งต่อปัจเจกบุคคล กลุ่มคนและชุมชน สามารถสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน อันจะเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนให้ชุมชนมีความก้าวหน้าต่อไป

แนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในประเด็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ในการส่งสารต้องรู้จักตนเอง อันหมายถึง เข้าใจ ตระหนักรู้อัตลักษณ์ของตนที่ก่อมาจากวัฒนธรรม การอยู่ร่วมกันในสังคม การเข้าใจอัตลักษณ์จะนำไปสู่การสื่อสารความเป็นตัวเองได้อย่างสร้างสรรค์และรู้คุณค่า

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมชุมชน

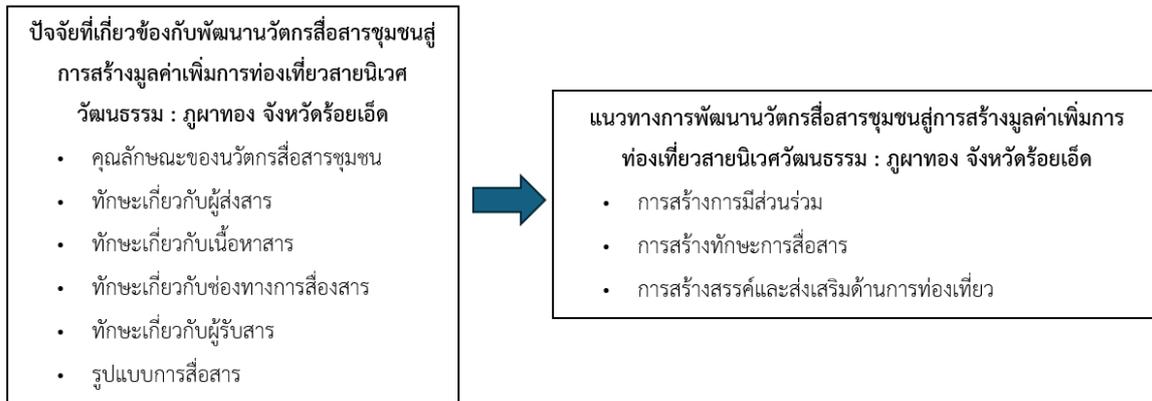
นวัตกรรม ตามความหมายในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หมายถึง การกระทำหรือสิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแปลกจากเดิมซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการ หรืออุปกรณ์ ตรงกับภาษาอังกฤษ innovation (สำนักราชบัณฑิตยสถาน, 2554) อาจกล่าวได้ว่า นวัตกรรม คือ บุคคลที่สร้างสรรค์สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแปลกจากเดิมซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการ หรืออุปกรณ์ ปัจจุบันมีการนำแนวคิดที่เกี่ยวกับนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับบริบททางวิชาการมีหลากหลาย รวมถึงการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมเชิงพื้นที่ โดยมีคำเรียกแตกต่างกัน เช่น นวัตกรรมชุมชน นวัตกรรมท้องถิ่น นวัตกรรม และคณะ (2566) กล่าวถึง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนวัตกรรมชุมชนต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชนในทุกมิติ โดยสามารถเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ปัญหาและสอบถามความต้องการได้อย่างเหมาะสม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชนโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่เหมาะสม มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ สรุบบทเรียน หรือสร้างข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์เพื่อขยายผลต่อไปได้ และมีความสามารถในการจัดทำแผนชุมชนบูรณาการสู่แผนระดับนโยบายของภาครัฐเพื่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่อย่างต่อเนื่องได้

ในขณะที่ ภานนท์ คุ่มสุภา (2562) กล่าวถึง นวัตกรรมชุมชน หรืออาจเรียกว่านวัตกรรมท้องถิ่นรุ่นใหม่ (New Generation of Local Innovator) ซึ่งหมายถึง คนรุ่นใหม่ในท้องถิ่นที่เป็นผู้สร้างนวัตกรรมสำหรับแก้ปัญหาให้กับชุมชนของตนเองและนำเสนอแนวทางในการแพร่กระจายนวัตกรรมสู่ชุมชน ปัจจัยที่สนับสนุนให้นวัตกรรมท้องถิ่นรุ่นใหม่สามารถทำความเข้าใจปัญหาของชุมชนได้สะดวกและถ่องแท้ คือ 1) ความสะดวกในการเข้าถึงชุมชน 2) การเข้าใจวัฒนธรรม 3) การมีส่วนร่วมในสถานการณ์ที่เป็นปัญหาซึ่งจะทำให้นวัตกรรมท้องถิ่นเข้าถึงข้อมูลและเข้าใจปัญหาได้อย่างลึกซึ้ง

จากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่านวัตกรรมที่ทำงานภายใต้บริบทที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหรือทำงานเชิงพื้นที่ที่ทำหน้าที่เฉพาะตามความถนัดหรือความสนใจสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นในพื้นที่ได้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดด้านนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการสื่อสาร ในงานวิจัยนี้เรียกว่านวัตกรรมสื่อสารชุมชน คือ บุคคลที่ทำหน้าที่สื่อสารและสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติในพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจ

ด้านสังคมที่สามารถเชื่อมโยงสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยนำแนวคิดดังกล่าวมากำหนดวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาวิจัย

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูเขาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

5. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน รูปแบบเชิงปริวรรตเป็นลำดับ (Sequential Transformative) ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปริมาณก่อนแล้วนำประเด็นที่สำคัญจากผลการวิจัยมาดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชน และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูเขาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวในรูปแบบนิเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลผาน้ำย้อยและตำบลภูเขาทอง อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนด $P = .40$ ค่าความเชื่อมั่น 95% ($Z = 1.96$) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ($e = .05$) โดยสูตรการคำนวณของบุญชม ศรีสะอาด (2535) คำนวณได้ 369 คน ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน การเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

5.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย จำนวน 10 คน ได้แก่ ผู้นำท้องถิ่นและผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน ครูในพื้นที่ จำนวน 1 คน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน นักวิชาการด้านการสื่อสารชุมชนและด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน ผู้ผลิตสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จำนวน 1 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 2 คน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเองและแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ แล้วนำผลการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปตามแนวทางของวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยมีการแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ โดยเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งนักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวอย่างไม่เร่งรีบทำให้มีเวลาในตอบแบบสอบถามโดยใช้เวลาประมาณ 5-10 นาที และการเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์สำหรับบุคคลที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่จนครบตามจำนวน

5.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือวิจัย ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานตามบริบทการท่องเที่ยวในพื้นที่ จุดเด่น รูปแบบ/ช่องทางการสื่อสารในปัจจุบัน ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชน ประเด็นที่เกี่ยวข้องในแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชน โดยผู้วิจัยได้นำข้อคำถามจากผลการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ในการออกแบบประเด็นคำถามกึ่งโครงสร้างในการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง

5.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการทดสอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีการปรับปรุงข้อคำถามส่วนต่างๆ จากมาตรฐานวัดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีความเที่ยงตรง (Validity) และ ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังนี้

5.3.1 การทดสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหาให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและกรอบทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

5.3.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความน่าเชื่อถือกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติ เหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบคำถามในแต่ละส่วนว่าสามารถสื่อความหมายได้ถูกต้องและชัดเจน นอกจากนี้ยังนำข้อมูลที่

ได้มาทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของ Cronbach's Alpha (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ค่าความน่าเชื่อถือแบบสอบถาม = 0.87

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.4.1 สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา วิเคราะห์โดยแสดงการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

5.4.2 สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ศึกษาความสัมพันธ์คุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชนกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

5.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย และวางกรอบกิ่งโครงสร้างตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6. ผลการวิจัย

การพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

6.1 การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิจัย ข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ตามมาด้วย LGBTQ+ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 18-25 ปี จำนวน 204 คิดเป็นร้อยละ 50.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และไม่ได้มีภูมิลำเนาในอำเภอหนองพอก จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 72.1

การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวในตำบลผาน้ำย้อยและตำบลภูเขาทอง อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.92 ประเภทสื่อที่เปิดมากที่สุดเท่ากัน 2 ประเภท คือ สื่อบุคคล เช่น เพื่อน คนในครอบครัว คนในพื้นที่ และสื่อออนไลน์ เช่น Facebook YouTube TikTok Line ค่าเฉลี่ย 3.44 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ สื่อกิจกรรม เช่น งานประเพณี งานเทศกาลท่องเที่ยว งานมหกรรม ค่าเฉลี่ย 2.98 อยู่ในระดับปานกลาง น้อยที่สุด คือ สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ ค่าเฉลี่ย 2.35 อยู่ในระดับปานกลาง

รูปแบบการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวในตำบลผาน้ำย้อยและตำบลภูเขาทอง อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 รูปแบบที่เปิดรับมากที่สุด คือ วิดีโอสั้นความยาวไม่เกิน 5 นาที ค่าเฉลี่ย 3.38 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ วิดีโอสั้นความยาวไม่เกิน 15 นาที ค่าเฉลี่ย 3.18 อยู่ในระดับปานกลาง ตามมาด้วยภาพถ่ายพร้อมคำบรรยายเล่าเรื่องราว ค่าเฉลี่ย 2.76 อยู่ในระดับปานกลาง สื่อที่เปิดรับน้อยที่สุด คือ ภาพกราฟิกประกอบมัลติมีเดีย (Infographic) ค่าเฉลี่ย 2.50 อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการ
ท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม การท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
คุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชน	3.76	มาก
ทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสาร	3.80	มาก
ทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาร	3.80	มาก
ทักษะเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร	3.76	มาก
ทักษะเกี่ยวกับผู้รับสาร	3.79	มาก
รูปแบบการสื่อสาร	3.79	มาก
รวมทุกด้าน	3.79	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการ
ท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.79
พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสารและทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ
3.80 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ทักษะเกี่ยวกับผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสาร ค่าเฉลี่ย 3.79

6.2 ความสัมพันธ์คุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชนกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสาร ชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 2 แสดงค่าความสัมพันธ์คุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชนกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
นวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรม สื่อสารชุมชน	คุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชน		
	r	Sig	แปลผล
ทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสาร	.921**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
ทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาร	.909**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
ทักษะเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร	.896**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
ทักษะเกี่ยวกับผู้รับสาร	.897**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
รูปแบบการสื่อสาร	.895**	.000	มีความสัมพันธ์ระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชนกับ
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนกับ พบว่า ปัจจัยด้านทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสาร มีความสัมพันธ์

ระดับสูงมากกับคุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชน ($r = .921^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาร ($r = .909^{**}$) ทักษะเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร ($r = .896^{**}$) ทักษะเกี่ยวกับผู้รับสาร ($r = .897^{**}$) รูปแบบการสื่อสาร ($r = .895^{**}$) มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับคุณลักษณะของนวัตกรรมสื่อสารชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6.3 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด

การสัมภาษณ์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถสรุปผล ได้ดังนี้

1. การสร้างการมีส่วนร่วม

1.1 คนในชุมชน เริ่มจากใจของคนใน (ชุมชน) คนในชุมชนต้องมีจุดมุ่งหมายร่วมมองเป้าหมายเดียวกัน จากการศึกษา พบว่า ในพื้นที่ตำบลภูเขาทองและตำบลผาน้ำย้อย คนในชุมชนมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวเป็นเรื่องรองจากอาชีพหลักในปัจจุบันที่ทำการเกษตร เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้เข้ามาในพื้นที่อย่างต่อเนื่องและการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ของกลุ่มคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ดังนั้นการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนต้องมาจากความรู้สึกภายในก่อนซึ่งคนภายในชุมชนต้องตระหนักถึงความสำคัญนำไปสู่ความเข้มแข็ง

การมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถทำได้หลายระดับ เช่น การร่วมกันวางแผน การแบ่งบทบาทหน้าที่ตามความเชี่ยวชาญ การร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกด้านอาหาร ที่พัก จากการศึกษาพบว่า ในพื้นที่ตำบลภูเขาทองและตำบลผาน้ำย้อยมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น ภูไท ลาว กลุ่มอาชีพที่หลากหลาย เช่น อาชีพด้านการเกษตร การทอผ้า การจักสาน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนควรกระจายอย่างทั่วถึงภายใต้ความเข้มแข็งของผู้นำ การมีส่วนร่วมจะนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมและความยั่งยืนต่อไป

1.2 สถาบันการศึกษา จากการศึกษา จากการศึกษา แนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม พบว่า สถาบันการศึกษาทั้งที่อยู่ในพื้นที่หรือสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหนึ่งที่จะขับเคลื่อนการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ผ่านการดำเนินกิจกรรมทั้งในหลักสูตรและเสริมหลักสูตร เช่น การจัดอบรมยุวมัคคุเทศก์ สำหรับเยาวชนทั้งโรงเรียนระดับประถมศึกษาและโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา โดยพื้นที่ตำบลภูเขาทองและตำบลผาน้ำย้อยเคยมีการจัดกิจกรรมยุวมัคคุเทศก์แต่อาจจะดำเนินการไม่ต่อเนื่องเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น โรคระบาด การเติบโตของช่วงวัย ภาระงานหลัก สถานการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่สม่ำเสมอ อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ พบว่า ควรส่งเสริมกิจกรรมดังกล่าวต่อไปซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมและนำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับเยาวชนในพื้นที่

ในขณะที่สถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องมีการพัฒนาปรับปรุงรายวิชาที่สอดคล้องกับการส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมด้านท่องเที่ยวชุมชนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเชิงพื้นที่ได้ เช่น การ

สร้างสรรค์นวัตกรรมสื่อสาร การส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวชุมชน การสร้างนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และควรเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาบุคลากร การหาแนวทางส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่า การสื่อสารชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมไม่สามารถดำเนินการได้โดยลำพัง แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลภูเขาทองและตำบลผาย้าย้อยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน เช่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กรมชลประทาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวรวมถึงการสื่อสารการท่องเที่ยวต้องดำเนินการตามนโยบายให้สอดคล้องกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เข้าชมเส้นทางธรรมชาติต้องมีความรู้ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญ ดังนั้นต้องสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ทำหน้าที่กำกับดูแลในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น

1.4 นักท่องเที่ยว การสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวจะช่วยสร้างประสบการณ์ร่วมนำไปสู่ความเข้าใจ การสร้างการจดจำ การถ่ายทอดคุณค่า ซึ่งต้องทำควบคู่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ การสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการออกแบบเส้นทาง

2. การสร้างทักษะการสื่อสาร พบว่า การพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสาขานิเวศวัฒนธรรม : ภูเขาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ต้องพัฒนาให้ครบองค์ประกอบการสื่อสาร ดังนี้

2.1 ผู้สื่อสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่สื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สื่อสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ทั้งที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของตนเอง และประสบการณ์โดยอ้อม อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ที่ทำหน้าที่ในสื่อสารไม่ได้มีข้อจำกัดว่าต้องเป็นคนภายในพื้นที่เท่านั้น ไม่จำกัดวัย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถในการสื่อสารและความต้องการของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยัง พบว่า นวัตกรรมสื่อสารชุมชนต้องมีบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายนอกภายใน เช่น การแต่งกาย ภาษาท่าทาง การแสดงออกถึงความเป็นมิตร มีความสามารถด้านการถ่ายทอดและด้านภาษาควบคู่ไปด้วย โดยภาษาที่สำคัญ คือ ภาษาที่นักท่องเที่ยวเข้าใจ

จากการสัมภาษณ์ยัง พบว่า ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งสารการท่องเที่ยวของชุมชนสามารถมีผู้ส่งสารได้หลายระดับ เช่น การสื่อสารจากคนวงในซึ่งเป็นผู้ส่งสารที่อยู่ในพื้นที่ ข้อดี คือ มีความใกล้ชิด สามารถถ่ายทอดเรื่องราวจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษายังพบว่า การสื่อสารจากผู้ส่งสารคนวงนอก หมายถึง จากบุคคลที่ไม่อยู่ในพื้นที่แต่มีความสนใจในการนำเสนอมีความสามารถถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่มีอิทธิพลทางความคิด หรือ Influencer ที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างผู้ส่งสารหน้าใหม่จากรุ่นสู่รุ่นก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่คน

ในพื้นที่ให้ความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งต่อและการถ่ายทอดเรื่องราวสู่เยาวชนเพราะเรื่องราวของคนในพื้นที่ควรถูกถ่ายทอดจากมุมมองของคนในพื้นที่

2.2 เนื้อหาสาร จากการสัมภาษณ์ พบว่า การสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศวัฒนธรรม ต้องนำเสนอเนื้อหาสาร ดังนี้

2.2.1 เนื้อหาที่มาจากมุมมองของความเข้าใจเป็นสิ่งสำคัญ เนื้อหาที่นำเสนอโดยส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรม ที่พัก การเดินทาง อาหาร ของฝากของที่ระลึก ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปอย่างไรก็ตามหากเป็นเนื้อหาที่มีความเฉพาะผู้นำเสนอต้องศึกษาอย่างเข้าใจหรือเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นนั้น ๆ

2.2.2 พัฒนาทักษะสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างไรให้คนสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคนในชุมชน คนในพื้นที่ ที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวจนกลายเป็นความเคยชิน มุมมองในการนำเสนอจึงคล้ายเดิมไม่แปลกใหม่ การพัฒนาทักษะด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อนำเสนอในการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนก็มีปัจจัยแวดล้อมหลายประเด็น เช่น ใครเป็นผู้สร้างเนื้อหานั้น เนื้อหานั้นสร้างเพื่อใคร เนื้อหานั้นนำเสนอในช่องทางใด ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งกำหนดประเด็นของเนื้อหา ประเภทเนื้อหา และช่องทางในการนำเสนอเนื้อหา

2.2.3 เนื้อหาที่แตกต่าง จากการค้นหาอัตลักษณ์ ความโดดเด่น การนำเสนออัตลักษณ์ คือ การถ่ายทอดความต่างและการสื่อถึงคุณค่าของสิ่งนั้น อัตลักษณ์ของชุมชนสามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบ เช่น ภาษา วัฒนธรรม วิถีชีวิต การแต่งกาย อาหารพื้นถิ่น เนื้อหาที่ขาดหายไปของการสื่อสารการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรมในตำบลภูเขาทองและตำบลผาน้ำย้อย คือ เส้นของวิถีชีวิต ความหลากหลายของชาติพันธุ์ วิถีสองศาสนา (ศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ในตำบลผาน้ำย้อย) ความโดดเด่นของกลุ่มอาชีพ

2.2.4 กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหา จากการสัมภาษณ์ พบว่า การถ่ายทอดเรื่องราวด้วยการเล่าเรื่องเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้เกิดความเข้าใจและสร้างการจดจำ ปัญหาที่พบ คือ แม้คนในชุมชนอยู่กับเรื่องราวนั้นแต่ไม่สามารถถ่ายทอดหรือบอกเล่าเรื่องราวเนื้อหาได้ ดังนั้นการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนต้องมีการส่งเสริมพัฒนากลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาด้วย

2.3 ทักษะในการผลิตสื่อและช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิมและสื่อใหม่ จากการสัมภาษณ์ พบว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนในปัจจุบัน มีทั้งสื่อแบบดั้งเดิม คือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อบุคคล สื่อใหม่ เช่น ข้อความ ภาพนิ่ง วิดีโอ ผ่านสังคมออนไลน์ ทักษะที่ควรพัฒนาในการผลิตสื่อ คือ แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ การถ่ายภาพและวิดีโอ ซึ่งเป็นรูปแบบสื่อที่นำเสนอในสื่อแบบดั้งเดิมและสื่อใหม่

จากการศึกษา พบว่า สื่อวิดีโอและภาพนิ่งสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยววัยเรียนและวัยทำงานที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก กลุ่มคนดังกล่าวมีความคาดหวังด้านคุณภาพของสื่อกล่าวได้ว่าการพัฒนาทักษะด้านการผลิตสื่อ สามารถทำได้ 2 รูปแบบ รูปแบบแรกลงมือทำด้วยตนเอง รูปแบบที่สองผลิตสื่อทางอ้อมโดยอาศัยความสามารถของผู้เชี่ยวชาญแต่อย่างไรก็ตามนวัตกรรมสื่อสารชุมชนต้องเข้าใจความแตกต่างของสื่อแต่ละประเภท ข้อดี ข้อจำกัด และการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการประเมินผลสื่อ

2.4 ทักษะการวิเคราะห์ผู้รับสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจความต้องการของผู้รับสารว่าต้องการ
อยากรู้อะไร เมื่อไร มากน้อยแค่ไหน พบว่า กลุ่มผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่
สามารถวิเคราะห์ที่ได้ตามคุณลักษณะประชากร เช่น เพศ วัย ภูมิฐานะ และวิเคราะห์ตามพฤติกรรม
ท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวสายกางเต้นท์ นักท่องเที่ยวสายธรรมชาติ ผู้ที่ทำหน้าที่นวัตกรสื่อสารชุมชนต้อง
วิเคราะห์ความต้องการเพื่อสร้างความประทับใจ สร้างประสบการณ์ที่ดี และเกิดการบอกต่อบริโภคซ้ำหรือการ
กลับมาอีกครั้งของนักท่องเที่ยว

3. การสร้างสรรค์และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว การพัฒนานวัตกรสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม
การท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูเขาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่ใช่เพียงแต่เป็นการพัฒนาทุนมนุษย์หรือ
ศักยภาพของบุคคลเท่านั้นแต่ต้องมีปัจจัยเสริมเกื้อหนุนดังนี้

3.1 การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวใน
พื้นที่ 2 ตำบล เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนยังขาดกิจกรรมที่จะเปลี่ยนจากนักท่องเที่ยวชาวจีนให้กลายเป็น
นักท่องเที่ยวที่ปักหมุดกำหนดจุดมุ่งหมายปลายทางที่แท้จริงได้ต้องอาศัยการเชื่อมโยงด้วยกิจกรรม เช่น การ
สร้างเส้นทางท่องเที่ยว การสร้างประสบการณ์ร่วมกับนักท่องเที่ยวที่จะสร้างโอกาสให้กับพื้นที่ท่ามกลาง
การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม

3.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยว สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การต่อยอดจากการ
ท่องเที่ยวสู่ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่นำเสนออัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อเป็นของฝาก ของที่ระลึก

3.3 การส่งเสริม สื่อสารนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวชุมชน
จะเติบโตเนื่องเข้มแข็งได้นั้นต้องมีการสื่อสารนโยบายในหลายระดับ เช่น จากบนลงล่างตามระดับชั้นการ
ปกครองท้องถิ่นและการสื่อสารในแนวนอนในรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น ในกลุ่มไลน์ชุมชน
กลุ่มผู้ประกอบการและต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องจึงจะสามารถพัฒนาเครือข่ายและสร้างความเข้มแข็งใน
พื้นที่ได้ กลุ่มคนที่สำคัญ คือ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะเป็นตัวกลางเชื่อมประสานในทุกภาคส่วน ทั้งนี้
แต่ละหน่วยงานจะผลักดันมีนโยบายเด่นแตกต่างกัน

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ประเด็นที่ทุกกลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันในประเด็นที่สำคัญ คือ การ
สื่อสารด้วยการสื่อที่หลากหลาย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวมุ่งไปที่การสื่อสารด้วยการผลิตสื่อ การเล่าเรื่อง เทคนิค
การสื่อสาร การออกแบบสื่อ การเล่าเรื่องผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริบทด้านการสื่อสารใน
ปัจจุบันที่ใช้การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ในขณะที่กลุ่มคนในพื้นที่ ทั้งผู้ประกอบการ องค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น มุ่งเน้นที่เนื้อหาสาระต้องเป็นสารตั้งต้นที่จะสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวทั้งนิเวศ
และวัฒนธรรมในพื้นที่ นอกจากสื่อออนไลน์แล้วกลุ่มคนในพื้นที่มุ่งไปที่การสื่อสารด้วยกิจกรรมเพื่อสร้าง
ประสบการณ์ทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวแบบคนในท้องถิ่น การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ความหลากหลาย
ของกลุ่มชาติพันธุ์ กล่าวคือ การนำเสนออัตลักษณ์ที่เป็นแก่นแท้ของพื้นที่

ในขณะที่กลุ่มหน่วยงานที่ปกครองส่วนท้องถิ่นมีความต้องการให้เกิดการพัฒนาต้องมาจากมิติการ
สื่อสารนโยบายเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทั้งส่วนร่วมของคนในชุมชนและการมีส่วนร่วมในระดับหน่วยงาน
เนื่องจากพื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสองตำบลมีความเฉพาะ คือ มีการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน เช่น

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมชลประทาน กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เพื่อให้การสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ต่อเนื่องอย่างยั่งยืน

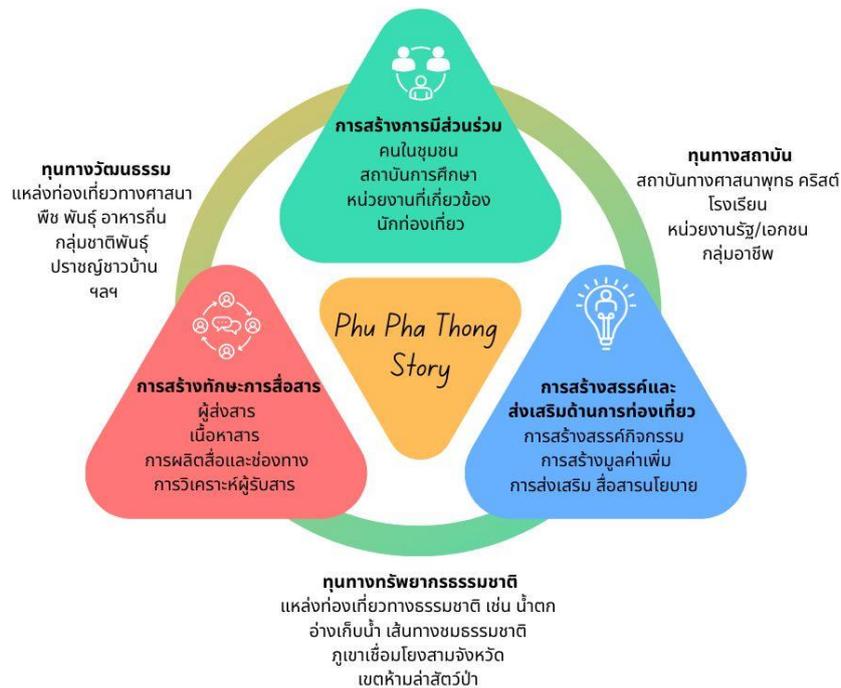
จากการศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการพัฒนานวัตกรสื่อสารชุมชนภายใต้รูปแบบการสื่อสาร “Phu Pha Tong Story” เพื่อเป็นแนวทางนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวในตำบลภูเขาทองและตำบลผาน้ำย้อย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. การสร้างการมีส่วนร่วม ได้แก่ คนในชุมชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของวงใน (คนในพื้นที่) สามารถทำได้โดยการจัดลานเสวนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมในวงนอก (นักท่องเที่ยว) เช่น การสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมช่วยในรักษาและขยายความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน รวมทั้งสร้างพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวที่มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวในทางกายภาพได้แบ่งปันผัสสะนี้ทางโลกออนไลน์สู่นักท่องเที่ยวในอนาคต

2. การสร้างทักษะการสื่อสารตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ทักษะการผลิตสื่อและช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิมและสื่อใหม่ และการวิเคราะห์ผู้รับสาร เช่น การพัฒนาทักษะการพูดด้วยกลวิธีเล่าเรื่อง (storytelling) ทำความเข้าใจเนื้อหาสารหรือเรื่องที่เล่าจากประสบการณ์โดยสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อเล่าเรื่องตามความต้องการของผู้รับสารที่แตกต่างกัน เช่น ช่วงวัย ความสนใจ เป็นต้น

3. การสร้างสรรค์และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยว และการส่งเสริมสื่อสารนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวตามวิถีการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เส้นทางสายมู เส้นทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ เส้นทางสายน้ำสู่ขุนเขา การส่งเสริม soft power ชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ “ของดีถิ่นภูเขาทอง” การประกวดหนังสือส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสื่อสารและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในพื้นที่

เส้นสายสำคัญที่เชื่อมโยงทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ทูทางวัฒนธรรม ทูทางสถาบัน ทูทางทรัพยากรธรรมชาติซึ่ง 3 องค์ประกอบนี้จะสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่ทำให้การสื่อสารชุมชนในพื้นที่ภูผาทองแตกต่างอย่างสร้างสรรค์จากพื้นที่การท่องเที่ยวอื่น โดยทูทางวัฒนธรรมในพื้นที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา พันธุ์พืช อาหารถิ่น กลุ่มชาติพันธุ์ ปราชญ์ชาวบ้าน ทูทางสถาบันสถาบันทางศาสนาพุทธ คริสต์ โรงเรียน หน่วยงานรัฐ/เอกชน กลุ่มอาชีพ และทูทางทรัพยากรธรรมชาติ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก อ่างเก็บน้ำ เส้นทางชมธรรมชาติ ภูเขาเชื่อมโยงสามจังหวัด เขตห้ามล่าสัตว์ป่า



ภาพที่ 2 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม :
ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด “Phu Pha Tong Story”

7. อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด อภิปรายผลตามประเด็นสำคัญจากข้อค้นพบจากการวิจัย ดังนี้

7.1 การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวต้องเริ่มจากใจสร้างการมีส่วนร่วมด้วยผู้นำเข้มแข็ง

การศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าปัจจัยสำคัญ คือ การสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เริ่มจากใจของคนใน (ชุมชน) คนในชุมชนต้องมีจุดมุ่งหมายร่วม มองเป้าหมายเดียวกัน การพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนต้องมาจากความรู้สึกภายในก่อน คนภายในชุมชนต้องตระหนักถึงความสำคัญ นำไปสู่ความเข้มแข็ง การมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถทำได้หลายระดับ เช่น การร่วมกันวางแผน การแบ่งบทบาทหน้าที่ตามความเชี่ยวชาญ การร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกด้านอาหาร ที่พัก

ประเด็นสำคัญที่ต่อยอดจากการผลการวิจัยนี้ คือ การสื่อสารอย่างไรให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้หลายรูปแบบ โดยสมพงษ์ เสงี่ยมณี และคณะ (2564) ศึกษา การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี พบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม เป็นรูปแบบทิศทางการสื่อสารแบบการสื่อสารสองทาง ทั้งการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสลับหน้าที่กันได้ โดยต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน รับฟังความคิดเห็นของกันและกัน ควรมีความ

หลากหลายของสมาชิกหรือผู้เข้าร่วม เพื่อจะได้สะท้อนความคิดเห็นต่าง เนื้อหาของสารประกอบไปด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ด้านต่าง ๆ ในชุมชน ช่องทางการสื่อสารเป็นลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยช่องทางที่ผ่านทางบุคคลมีความสำคัญที่สุด การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของชุมชนท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เข้าใจมากยิ่งขึ้น จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารในประเด็นการท่องเที่ยว นอกจากการสื่อสารด้วยเรื่องที่น่าสนใจ ความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคลในชุมชนแล้ว รูปแบบหรือวิธีการสื่อสารก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้คนในชุมชนมองเห็นเป้าหมายเดียวกัน สอดคล้องกับ กิจอุดม เสือเจริญ กานต์ บุญศิริ และวิทยากร ท่อแก้ว (2567) กล่าวถึง แนวคิดการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยรูปแบบของการสื่อสาร ประกอบด้วย 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีความสำคัญมากที่สุดในการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้ประสบความสำเร็จ

ผลการวิจัยยัง พบว่า การพัฒนานวัตกรรมสื่อสารสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่ใช่เพียงแต่เป็นการพัฒนาทุนมนุษย์หรือศักยภาพของบุคคลเท่านั้นแต่ต้องมีปัจจัยเสริมเกื้อหนุน เช่น การสร้างสรรค์และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว สื่อสารนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวชุมชนจะเติบโต ต่อเนื่อง แข็งแรงได้นั้น ต้องการสื่อสารนโยบายในหลายระดับ เช่น จากบนลงล่างตามระดับชั้นการปกครองท้องถิ่น และการสื่อสารในแนวนอนในรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น ในกลุ่มไลน์ชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการ และต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องจึงจะสามารถพัฒนาเครือข่ายและสร้างความเข้มแข็งในพื้นที่ได้ กลุ่มคนที่สำคัญ คือ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะเป็นตัวกลางเชื่อมประสานในทุกภาคส่วน ทั้งนี้แต่ละหน่วยงานจะผลักดันมีนโยบายเด่นแตกต่างกัน

นอกจากนี้ข้อค้นพบแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ภายใต้โมเดลการสื่อสาร “Phu Pha Tong Story” แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารควรเป็นส่วนสำคัญในทุกกลุ่มเพื่อให้เกิดประโยชน์กับคนในพื้นที่ ผู้วิจัยพบว่า แนวทางดังกล่าวสามารถประยุกต์ใช้ตามแบบจำลองของ Shopova, I., Levkov, K., & Grigorova, Z. (2016) ที่ได้ศึกษาแบบจำลองปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงนิเวศมีพื้นฐานอยู่บนปัจจัย 6 กลุ่ม ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ การกระจายตัวของประชากร สภาพแวดล้อม ปัจจัยทางวัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยทางกายภาพ รวมถึงอิทธิพล 3 ระดับ ได้แก่ ระดับภูมิภาค ระดับการปกครองท้องถิ่น และระดับชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงนิเวศจะมีความสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมสำหรับพื้นที่นั้น ๆ แต่ในปัจจุบันนี้ศักยภาพดังกล่าวยังไม่ได้รับการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ อาจกล่าวได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมต้องขยับเขยื้อนดำเนินงานในหลายภาคส่วนไปพร้อมกัน

7.2 นวัตกรรมสื่อสารชุมชนต้องสื่อสารด้วยเนื้อหาที่แตกต่าง ด้วยความเข้าใจ จากการค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น

การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต พบว่า ด้านทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาระ ค่าเฉลี่ย 3.80 อยู่ในระดับมาก นวัตกรรมสื่อสารชุมชนสามารถเข้าถึงเนื้อหา/แหล่งข้อมูลที่สำคัญ นำเชื่อถือกับคนในพื้นที่ได้ ค่าเฉลี่ย 3.85 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ นวัตกรรมสื่อสารชุมชนเข้าใจและสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนและนวัตกรรมสื่อสารชุมชนเข้าใจและสื่อสารประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของชุมชนทั้งทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อสารพบว่า การสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศวัฒนธรรมต้องนำเสนอเนื้อหาสาระที่มาจากมุมมองของความเข้าใจเป็นสิ่งสำคัญ เนื้อหาที่แตกต่าง จากการค้นหาอัตลักษณ์ ความโดดเด่น การนำเสนออัตลักษณ์ คือ การถ่ายทอดความต่าง และการสื่อถึงคุณค่าของสิ่งนั้น อัตลักษณ์ของชุมชนสามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบ เช่น ภาษา วัฒนธรรม วิถีชีวิต การแต่งกาย อาหารพื้นถิ่น เนื้อหาที่ขาดหายไปจากการสื่อสารของการสื่อสารการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรมในตำบลภูเขาทองและตำบลผาน้ำย้อย คือ เส้นทิววิถีชีวิต ความหลากหลายของชาติพันธุ์ วิถีสองศาสนา (ศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ในตำบลผาน้ำย้อย) ความโดดเด่นของกลุ่มอาชีพ

จากผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จุดเด่น คือ เนื้อหาที่นวัตกรรมสื่อสารชุมชนนอกจากจะต้องค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในพื้นที่และต้องสามารถค้นหาประเด็นหรือเนื้อหาเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เมธาวิ จำเนียร (2562) กล่าวถึง “การสื่อสารอัตลักษณ์” คือ การเลือกสรรและสื่อสารความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียว และเป็นตัวตนของตัวองค์กรหรือชุมชนที่แตกต่างจากที่อื่น การสื่อสารอัตลักษณ์จึงมีความสำคัญในมิติต่าง ๆ และยังสอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2549) ให้ความหมาย อัตลักษณ์ คือ อารมณ์ที่เราจะนิยามตัวตนได้ว่า เราเป็นใคร เหมือนหรือต่างจากคนอื่นอย่างไร และตัวตนของเราจะดำรงพื้นที่อยู่ในสังคมใหญ่ได้อย่างไร การดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ในแต่ละชุมชน จึงต้องอาศัยพื้นที่ที่จะสื่อสารความเป็นตัวตนของท้องถิ่นให้กับทั้งตนเองและคนอื่น ๆ ที่อยู่ภายนอกชุมชน การวัดอัตลักษณ์ หมายถึง การบอกกับตัวเองว่า “เราเป็นใคร” และบอกให้คนอื่นรับรู้ “เราเป็นใคร” “เรามีลักษณะอย่างไร” “เราเป็นชุมชนแบบไหน” เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบเนื้อหาในการสื่อสาร คือ นวัตกรรมสื่อสารชุมชน ต้องรู้ว่าชุมชนมีของดีอะไร รู้ตัวว่าเราเป็นใคร สื่อสารผ่านเนื้อหา รูปแบบ/ช่องทาง เพื่อให้คนอื่นรู้ว่า เราเป็นใคร สิ่งที่เราแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร เรามีลักษณะอย่างไร ซึ่งเนื้อหาที่แตกต่างสร้างข้อได้เปรียบทางการสื่อสาร

7.3 นวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าด้วย การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบการสื่อสาร ช่องทาง และผลผลิตที่มีคุณภาพ

ผลการวิจัย พบว่า นวัตกรรมสื่อสารชุมชนต้องสามารถเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสารต้องรู้จักช่องทางการสื่อสารในหลายรูปแบบ เช่น สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล สื่อมวลชน สามารถประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารได้สิ่งที่นวัตกรรมสื่อสารชุมชนควรพัฒนา คือ ทักษะในการผลิตสื่อแบบดั้งเดิมและสื่อใหม่

ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับ ปรีดา นักร เร ดาวัลย์ แก้วสีนวล และเพ็ญพิศ ศรีประเสริฐ (2566) ศึกษา กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาบ้านนาแวง ตำบลนาแวง อำเภอนบพิตำ จังหวัด นครศรีธรรมราช ซึ่งผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาแวง ตำบลนาแวง อำเภอนบพิตำ ต้องใช้กลยุทธ์การใช้ศักยภาพสื่อบุคคลในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลยุทธ์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อขยายช่องทางการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ ความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลยุทธ์การสื่อสารแบบย้อนกลับ (feedback) เพื่อ ยกระดับการสื่อสารสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และยังคงสอดคล้องกับนิสากร ยินดีจันทร์ (2565) ได้ศึกษา นวัตกรรมสื่อสารชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ชุมชนอำเภอคลอง จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจุบันการสื่อสารในส่วนของชุมชนมีการสื่อสารแบบผสมผสานระหว่างสื่อ ดั้งเดิมกับสื่อใหม่เพื่อให้สามารถนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน

นอกจากนี้ผลการวิจัยยัง พบว่า ปัจจัยด้านทักษะเกี่ยวกับผู้รับสาร นวัตกรรมสื่อสารชุมชนต้องสามารถ สร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว สามารถวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวตามความสนใจได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพในการพัฒนาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนสู่การสร้าง มูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูผาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่ 2 ตำบล เป็นนักท่องเที่ยวชาจร การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว เช่น การ สร้างเส้นทางท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์ร่วมกับนักท่องเที่ยวจะสามารถ โอกาสให้กับพื้นที่ท่ามกลางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จากข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้ เห็นว่ากระบวนการวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญเพื่อการสร้างสรรค์การสื่อสารผ่านการมีส่วนร่วม สอดคล้อง กับชินชญา บรมสำลี และรัฐพล สันสน (2560) ศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบ ยั่งยืน พบว่า รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนสำหรับตลาดน้ำแบบที่สร้างขึ้นเพื่อ การท่องเที่ยว พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับชุมชน ด้านการเข้าร่วม กิจกรรมกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว การสร้างการมีส่วนร่วมไม่ได้เป็นเพื่อการสื่อสารเพื่อการรับรู้ แต่สามารถ ยกระดับสู่ความเข้าใจ การจดจำและการสร้างความผูกพันนำไปสู่ความยั่งยืน

8. ข้อจำกัด

การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ 2 ตำบล คือ ตำบลภูเขาทอง และตำบลผาน้ำย้อย อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ดเท่านั้น

9. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

9.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

9.1.1 สถาบันการศึกษา สามารถนำผลวิจัยประยุกต์สู่การถ่ายทอดความรู้การอบรมเชิงปฏิบัติการ พัฒนานวัตกรรมสื่อสารชุมชนได้หลายระดับ เช่น ยูวนวัตกรรม (เยาวชน) ผู้เฒ่าเฒ่าก้อม (ผู้สูงอายุเล่าเรื่องแบบสั้น)

9.1.2 ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงการเขียนข้อเสนอโครงการเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

9.1.3 ผู้ผลิตสื่อสามารถพัฒนาช่องทางและออกแบบเนื้อหาการสื่อสารที่ตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ

9.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

9.2.1 การศึกษาครั้งต่อไปสามารถขยายผลในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งในระดับกว้าง เช่น ในระดับจังหวัด หรือในระดับแคบ เช่น การศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ศึกษาการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลภูเขาทองและตำบลผาน้ำย้อย อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ดเท่านั้น

9.2.2 การวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวคิด ทฤษฎีด้านการสื่อสารเป็นกรอบสำคัญในการศึกษาวิจัย ในการศึกษาตั้งต่อไปสามารถศึกษาด้วยแนวคิดทฤษฎีด้านอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ปรากฏการณ์ในมิติต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาด การบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม

9.2.3 การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพัฒนานวัตกรสื่อสารชุมชนจากมุมมองของผู้รับสาร การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาในมุมมองผู้ส่งสาร คือ การศึกษาสภาพนวัตกรสื่อสารชุมชนในปัจจุบัน เพื่อต่อยอดและนำไปสู่การพัฒนาตาม โมเดล Phu Pha Thong Story ต่อไป

10.สรุปผล

การศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูเขาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.79 พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสารและทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.80 อยู่ในระดับมากทุกด้าน รองลงมา คือ ทักษะเกี่ยวกับผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสาร ค่าเฉลี่ย 3.79 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านทักษะเกี่ยวกับผู้ส่งสาร มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากกับคุณลักษณะของนวัตกรสื่อสารชุมชน ($r = .921^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาสาร ($r = .909^{**}$) ทักษะเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร ($r = .896^{**}$) ทักษะเกี่ยวกับผู้รับสาร ($r = .897^{**}$) รูปแบบการสื่อสาร ($r = .895^{**}$) มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับคุณลักษณะของนวัตกรสื่อสารชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากการศึกษาเชิงคุณภาพสามารถสรุปแนวทางการพัฒนานวัตกรสื่อสารชุมชนสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวสายนิเวศวัฒนธรรม : ภูเขาทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ภายใต้รูปแบบการสื่อสาร “Phu Pha Tong Story” ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) การสร้างการมีส่วนร่วม ได้แก่ คนในชุมชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว 2) การสร้างทักษะการสื่อสาร ตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ทักษะการผลิตสื่อและช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิมและสื่อใหม่ และการวิเคราะห์ผู้รับสาร 3) การสร้างสรรค์และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยว และการส่งเสริม สื่อสารนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และ

เส้นสายสำคัญที่เชื่อมโยงทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสถาบัน ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่ง 3 องค์ประกอบนี้จะสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่ทำให้การสื่อสารชุมชนในพื้นที่ภูผาทองแตกต่างอย่างสร้างสรรค์จากพื้นที่การท่องเที่ยวอื่น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ใต้พากฟ้าแห่งการศึกษา สื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสารภาพรวมจากงานวิจัย*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. ภาพพิมพ์.
- กิจอุดม เสือเจริญ กานต์ บุญศิริ และวิฑูรย์ ท่อแก้ว. (2567). การจัดการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. *วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน*, 6(1), 15-31. <https://doi.org/10.14456/jappm.2024.2>
- ชนิษฐา บรมสำลี และรัฐพล สันสน. (2560). รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน. *วารสารวิชาการ Veridian E – Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(2), 1-22. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/92043>
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นิลุบล ศรีเทพ, พลกฤต รักจุล, ภูติทิ เรื่องรอง, ศศิพร สุดใจ และไพฑูรย์ จันทสิงห์. (2566). การพัฒนาสมรรถนะของนวัตกรรมชุมชนด้านการส่งเสริมศักยภาพการจัดการกลุ่มอาชีพผู้สูงอายุในชุมชนสู่การเพิ่มรายได้เพื่อรองรับสังคมสูงวัย. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา*, 11(2), 215-230. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/balajhss/article/view/267338>
- นิสากร ยินดีจันทร์. (2565). นวัตกรรมสื่อสารชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ชุมชนอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 23(1), 78-88. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkbu/article/view/244459/175541>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น*. สุวีริยาสาส์น.
- ปรีดา นัคร ลดาวัลย์ แก้วสินวล และเพียงพิศ ศรีประเสริฐ. (2566). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาบ้านนาแ่งตำบลนาแ่ง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์*, 15(1), 1-12. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/nakboot/article/view/255904/179190>

- พระมหานพรัตน์ เตชะชิโร (เปี่ยมเพ็ชร). (2561). การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมของชุมชนคลองบางพระหลวง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 1(1), 1-13.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jra/article/view/178027/126648>
- ภานนท์ คุ่มสุภา. (2562). นวัตกรรมท้องถิ่นรุ่นใหม่กับการแพร่กระจายนวัตกรรมสู่ชุมชน. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 13(2), 258-299. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/243343/164957>
- เมธาวี จำเนียร. (2562). การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 6(1), 235-256. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/203387/141858>
- สมพงษ์ เส็งมณี และคณะ. (2564). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 4(2), 69-79.
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ISSC/article/view/245912/169011>
- สำนักงานจังหวัดร้อยเอ็ด. (2564). *แผนพัฒนาของจังหวัดร้อยเอ็ด พ.ศ. 2566 – 2570 ฉบับทบทวนปี 2566*. จังหวัดร้อยเอ็ด. http://www.roiet.go.th/ckfinder/userfiles/images/PDF /plan_2565/sub-2566.pdf
- สำนักราชบัณฑิตยสภา. (2554). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554*. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา <https://dictionary.orst.go.th/>
- องค์การบริหารส่วนตำบลผาน้ำย้อย. (2567). *แผนพัฒนาท้องถิ่น(พ.ศ.2566 – 2570) ทบทวน ครั้งที่ 1/2567*. องค์การบริหารส่วนตำบลผาน้ำย้อย.
<https://www.phanamyai.go.th/upload/file/20240524134800File.pdf>
- อานนท์ บัวภา. (2564). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของสภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทยกับการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนไทย [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต].
<https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Arnon.Bua.pdf>

ภาษาอังกฤษ

- Cajee, L. (2014). Eco-cultural tourism : a tool for environmental, cultural and economic sustainability (a case study of Darap Village, West Sikkim). In *SHS Web of Conferences*. 12, 01029(1-9). <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201029>
- Shopova, I., Levkov, K., & Grigorova, Z. (2016). Eco-cultural tourism: tool for sustainable development (the village of Dragoyново, Municipality of Parvomay). *Agraren Universitet Plovdiv - Nauchni Trudove / Scientific Works of the Agrarian University – Plovdiv*. 60(1), 231-238.
<https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.5555/20173162321>