



การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

อรรถพล ยุสุพันธ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail: ohm202520@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษาการวางแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพร้อมกับการดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและค้นหาแนวทางการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก จำนวน 50 คน เลือกแบบเจาะจง ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารเทศบาลเมืองสตูล ผู้ให้นโยบายด้านงานประชาสัมพันธ์ 8 คน กลุ่มที่ 2 ผู้ดูแลบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 7 คน และกลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยว 35 คน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบสัมภาษณ์ พบว่า การวางแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล มีประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ 7 ด้าน ได้แก่ (1) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (2) การประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับความต้องการประชาชน (3) การประชาสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง (4) การประชาสัมพันธ์ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ (5) การประชาสัมพันธ์ที่เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม (6) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและสร้างสรรค์ (7) การประชาสัมพันธ์อย่างประหยัดและคุ้มค่า สำหรับการดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล มี 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย (1) การศึกษาสภาพปัญหา (2) วางแผนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ (3) การออกแบบเนื้อหาที่มีความชัดเจน กระชับ ได้ใจความ และเข้าใจง่าย ภาพประกอบต้องสัมพันธ์ กับเนื้อหาที่น่าสนใจ และเลือกรูปแบบการนำเสนอ ได้แก่ ข้อความ คลิปสั้น ไวรัลคลิป อินโฟกราฟิก และ (4) การประเมินผลเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงการท่องเที่ยวต่อไป ขณะที่แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล มีดังนี้ ด้านผู้สื่อสาร มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อออนไลน์ โดยผู้สื่อสารจะต้องมีทักษะ ความสามารถในการใช้สื่อใหม่ ด้านสาร มุ่งเน้นเนื้อหาภาษา หรือรูปแบบในรูปแบบภาพอินโฟกราฟิก กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ นโยบาย โครงการ แผนการดำเนินงานของเทศบาล ที่ได้ทำมาแล้วและกำลังดำเนินการ โดยใช้สื่อเฟซบุ๊กและไลน์ กลยุทธ์ผู้รับสาร มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ การสร้างเครือข่ายผู้สนับสนุน และกลยุทธ์การจัดการประชาสัมพันธ์ มีการร่วมมือจากทุกภาคส่วน ได้แก่ ผู้นำชุมชน อาสาพัฒนา อสม. ร่วมประสานภารกิจ



Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University

Vol. 13 No.2 (July–December) 2021

คำสำคัญ : การจัดการการสื่อสาร , การส่งเสริมการท่องเที่ยว , เทศบาลเมืองสตูล

เน้นความเป็นวัช ปลูกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



Communication management for tourism promotion of Satun Municipality

Attapon Yusuwapun

Sukhothai Thammathirat Open University

E-mail: ohm202520@hotmail.com

ABSTRACT

This research studies the planning of communications management to promote tourism in Satun Municipality, the operations of communications management to promote tourism in Satun Municipality, and the approaches to develop and improve communications management to promote tourism in Satun Municipality. There were 50 samples in 3 groups, chosen by purposive sampling, consisting of: Group 1) 8 administrators of Satun Municipality in charge of setting policies for public relations; Group 2) 7 managers of tourism destinations; and Group 3) 35 tourists. Qualitative research was conducted through in-depth interviews using an interview form. The results showed that there were seven aspects to the planning of communications management to promote tourism in Satun Municipality via social media. The public relations should be: (1) aggressive; (2) able to meet the needs of the public; (3) continuous; (4) easy to understand; (5) delivered via Facebook, Line, and Instagram; (6) accurate and constructive; and (7) cost efficient. As for operations of communications management to promote tourism in Satun Municipality, there were four steps: (1) study the situation and problems; (2) plan communications via social media; (3) design content that is clear, concise, meaningful, and easy to understand, with photos or graphics that are relevant and should be in the format of text messages, video clips, viral clips and infographics; (4) evaluate the impact with a view to improving the tourism experience. Lastly, the approaches to develop and improve communications management to promote tourism in Satun Municipality are the following. For message senders, personnel should undergo



capacity development in the field of social media use in public relations to gain skills in using new media. For the messages, they should emphasize content, language, and formats such as infographics, and should be about the municipality's past and present policies, projects, and plans. The media should be Facebook and Line. In terms of message receiver strategies, there should be efforts to build knowledge and understanding, and build a network of supporters. The public relations management strategy should comprise participation and cooperation of every sector, including community leaders, development volunteers, and public health volunteers.

Keywords: communications management, tourism promotion, Satun Municipality



บทนำ

การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นในโลกปัจจุบัน โดยมีกระบวนการส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร มีวัตถุประสงค์ให้ผู้รับสารได้ทราบข้อมูลนั้น อย่างไรก็ตาม การสื่อสารที่มากมายจากช่องทางที่หลากหลาย มีทั้งประโยชน์และโทษ หากการดำเนินการสื่อสารไม่มีการจัดการที่ดี อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และกระทบเป็นห่วงโซ่ทั้งผู้ส่งสาร ผู้รับสารหรือในระดับองค์กรและชุมชน

การจัดการทางการสื่อสาร (communication management) มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการกระบวนการอื่น ๆ การจัดการการสื่อสารเป็นการจัดระเบียบทางการสื่อสารทั้งระดับภายในและระดับภายนอกขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน ภาคประชาสังคม เพื่อใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการให้บรรลุไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ (สุรพงศ์ โสธนะเสถียร, 2549) การสื่อสารองค์การเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการทางการสื่อสาร โดยต่อยอดไปจากกิจกรรมการสื่อสาร ปัจจุบันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำการจัดการการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับชุมชนท้องถิ่นให้เกิดการยอมรับ จากทุกภาคส่วน

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทยเป็นอย่างมาก เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศ

จำนวนมหาศาลในแต่ละปีก่อให้เกิดการจ้างงานและการลงทุนให้กับท้องถิ่น และสามารถกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมทั้งในรูปสินค้าและการบริการ จึงมีนโยบายส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และยังเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอีกด้วย (สมชาย สนั่นเมือง, 2541)

แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน 2559-2068 กำหนดให้ในปี พ.ศ.2568 ภูมิภาคอาเซียนส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ และมีความหลากหลายภายใต้การพัฒนาของวิถีชีวิตของคนในชุมชน และทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีความยั่งยืน โดยให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการให้เกิดความสมดุล ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจของประชาคมชาวอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการเชื่อมโยงประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาและศิลปะการแสดงพื้นบ้าน เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนระดับภูมิภาคกลุ่มประเทศอาเซียนและนานาชาติ และแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (2560-2564) ได้ให้ความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพของแหล่ง



ท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ให้มีมาตรฐานและสมดุล ทั้งในด้านพื้นที่ เวลา กลุ่มนักท่องเที่ยว รวมไปถึงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม ได้มาตรฐานระดับสากล ส่งผลประโยชน์ ให้ประชาชน มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559)

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวต้องคำนึงถึง ประโยชน์ที่ได้และการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้น ทั้งระบบ (lost Advantage) เป็นหัวใจสำคัญ ของการพัฒนาที่ลดการเกิดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด และต้องเกิดประโยชน์ กับประเทศและประชาคมโลกด้วยในเวลา เดียวกัน นำมาสู่การจัดการท่องเที่ยวจำเป็นที่ ทุกภาคส่วนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการ พัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและสร้าง รายได้ให้กับประเทศ (เทิดทวย ช่วยบำรุง, 2553) ปัจจุบันจะพบว่าชุมชนท่องเที่ยวหลาย แห่ง ต้องประสบปัญหาจนถึงขั้นที่บางชุมชน ต้องปิดตัวลงไป บางชุมชนปรับเปลี่ยนจน สูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้การจัดการ ท่องเที่ยวของตนเองต้องประสบปัญหาในการ ดำเนินกิจกรรมทุกขั้นตอน นอกจากนี้ความ ล้มเหลวในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วน หนึ่งยังเป็นผลมาจากการรับเอาวัฒนธรรมจาก ภายนอกเข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการ ลอกเลียนแบบทำให้สูญเสียเอกลักษณ์และอัต

ลักษณ์ของท้องถิ่น เพียงเพื่อต้องการตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่บาง ชุมชนพยายามจัดการท่องเที่ยว โดยดำเนิน กิจกรรมตามชุมชนอื่น โดยขาดการทบทวนถึง รากหรือแก่นในวิถีของชุมชนตนเองว่าเป็น อย่างไร หลายชุมชนมุ่งนำเสนอทรัพยากรการ ท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อตอบสนองความ ต้องการของตลาดและความต้องการของ นักท่องเที่ยว โดยมองข้ามสิ่งที่เป็นรากแก้ว สำคัญของชุมชนมองข้ามสิ่งที่เป็ณภูมิปัญญา ของชุมชน รวมถึงมองข้ามกระบวนการสื่อสาร ที่จะทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนคง อยู่ได้อย่างยั่งยืน

จังหวัดสตูลเป็นจังหวัดใต้สุดของประเทศ ไทยด้านฝั่งอันดามันที่มีความโดดเด่นในแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางทะเลที่สวยงาม ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามร้อยละ 70.86 % แบ่งเป็นพื้นที่การปกครองออกเป็น 7 อำเภอ โดยมี 36 ตำบล 279 หมู่บ้าน เศรษฐกิจ ของจังหวัดสตูล ขึ้นอยู่กับการเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้เป็นหลัก จึงได้ กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “เมืองท่องเที่ยวอุทยาน ธรณีโลกเชิงนิเวศ เศรษฐกิจมั่งคั่ง สังคมน่าอยู่ ประตุสู่อาเซียน” เนื่องจากสตูลมี ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งแหล่งโบราณคดี เมืองเก่า และ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ท่องถิ่นเมืองเก่าและยังมีการส่งเสริมให้น่า ทรัพยากรเหล่านี้มาบริหารจัดการสร้างเรื่องราว



เพื่อส่งเสริมสร้างการท่องเที่ยว โดยการบริหารจัดการตนเองของชุมชน เพื่อสร้างรายได้สามารถพึ่งพาตนเองได้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนจึงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่ยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เทศบาลเมืองสตูล จังหวัดสตูล มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเมืองเก่าที่เคยรุ่งเรืองให้กลับมามีสีสันอีกครั้ง โดยใช้การท่องเที่ยวเข้ามาขับเคลื่อนพัฒนาและส่งเสริมอาชีพให้แก่ประชาชน โดยการส่งเสริม และสนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ หรืออาชีพเสริมจัดตั้งศูนย์พัฒนาอาชีพและศูนย์กลางตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในเขตเทศบาล จัดกิจกรรมส่งเสริมท่องเที่ยวในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมสนับสนุน และปรับปรุงให้มีการบริการให้ได้มาตรฐาน อย่างไรก็ตามยังมีชุมชนท่องเที่ยวบางแห่งที่ตระหนักถึงความสำคัญ ทั้งสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และการสื่อสารที่ทำให้ภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของชุมชนได้รับการสืบทอดได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า 1) การวางแผนการจัดการการสื่อสาร 2) การดำเนินการจัดการการสื่อสาร 3) แนวทางพัฒนาการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล เพื่อศึกษาถอดบทเรียนทางวิชาการ เนื่องจากเทศบาลเมืองสตูล จังหวัดสตูล ได้ดำเนินการส่งเสริม การท่องเที่ยวใน

จังหวัดสตูลโดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่าการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสตูลให้เป็นรูปธรรมและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล
2. เพื่อศึกษาการดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลนี้
3. เพื่อค้นหาแนวทางพัฒนาการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองแห่งนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก แบ่งผู้ให้ข้อมูลเป็น 3 กลุ่มหลัก จำนวน 50 คน ได้แก่ 1.ผู้บริหารเทศบาลเมืองสตูล 8 คน 2.ผู้ดูแลบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 7 คน 3.นักท่องเที่ยว 35 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัย

- 1.การศึกษาการวางแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล โดยมีผลการศึกษา สรุปข้อมูลได้ดังนี้



1.1. การศึกษาปัญหาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารเทศบาลเมืองสตูล ใช้วิธีการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลากหลายวิธีการเพื่อให้ข้อมูลไปถึงยังกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านทางกลุ่มผู้ดูแลและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการใช้สื่อช่องทางที่มีในหน่วยงานเพื่อสื่อสาร เช่น เสียงตามสาย โดยจะใช้แจ้งจัดรายการเสียงตามสายทำการประชาสัมพันธ์และแจ้งข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ด้วยป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณแยกไฟจราจรที่สำคัญ ๆ ทุกแยก การใช้รถแห่เคลื่อนที่สำหรับประชาสัมพันธ์การเข้าร่วมเทศกาลเมืองสตูลประชาสัมพันธ์ข่าว ซึ่งวารสารดังกล่าวจัดส่งไปยังหน่วยงานของรัฐในจังหวัดสตูลและวางในจุดประชาสัมพันธ์ของจังหวัด การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ฯลฯ การใช้สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวสารประจำชุมชนต่าง ๆ ภายในเขตเทศบาล การใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อกลาง ทำหน้าที่เป็นผู้กระจายข่าวในการประชุมหัวหน้าส่วนราชการ

แต่ปัญหาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล ส่วนหนึ่งมาจากการนโยบายหลักที่เทศบาลกำหนดใช้เพื่อการสื่อสารส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีความชัดเจน อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้บริหารเทศบาลก็พยายาม ที่จะจัดหาแนวทางการ

สื่อสารในหลากหลายรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงประชาชน ซึ่งแต่ละช่องทางมีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกันแต่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก็ให้ความร่วมมือที่จะช่วยกันสอดส่องดูแลเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

“กลุ่มผู้บริหารเทศบาลเมืองสตูลไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการวางแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในบางช่วงมีการสื่อสาร เชิญชวน ที่ชัดเจนมาก แต่ในบางช่วงไม่มีนโยบายสั่งการลงมา จึงมีช่วงที่เงียบเหงาและคึกคักสลับกันไป” (นายยูโสภ สราม, สัมภาษณ์, 17 กรกฎาคม 2562)

1.2 การศึกษาความต้องการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับสารมีความต้องการในช่องทางสื่อสารแตกต่างกัน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย ๆ กล่าวถึงช่องทางการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว โดยอยากให้ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์เป็นศูนย์กลางในการกระจายข้อมูลเพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวช่วงอายุต่าง ๆ มากขึ้น เนื่องจากแต่ละช่วงวัยจะมีช่องทางในการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน หากเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานจะเข้าถึงช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าช่องทางอื่น ๆ ส่วนผู้ที่มิ



อายุต้องการช่องทางในการสื่อสารที่เป็นป้ายบอกทาง มองเห็นได้ชัดเจน และง่ายต่อการทำความเข้าใจ

“มีความซับซ้อนยุ่งยากในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหน้าเว็บไซต์ของเทศบาลเมืองสตูล ซึ่งเทศบาลเมืองสตูลได้ทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยไม่มีเนื้อหาในการอธิบายแหล่งท่องเที่ยว และไม่เขียนว่าสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว อยู่ในเขตเทศบาลเมืองสตูล สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดรายละเอียดข้อมูลถึงความสำคัญของสถานที่นั้นๆ รวมถึงยังไม่มีแผนที่ในการเดินทาง เพื่อสร้างความสะดวกในการเดินทาง” (นายคมกริช การดา, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2562)

1.3 การศึกษานโยบายของผู้บริหารองค์กรในแต่ละระดับในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เทศบาลเมืองสตูลมีแผนการดำเนินการเพื่อการสื่อสารที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว จะมีการสั่งการเป็นระดับชั้นจากระดับสูง ระดับกลาง และระดับล่าง โดยมีหลักสำคัญคือ การสื่อสารในเชิงรุกการสื่อสารที่เข้าถึงทุกระดับการสื่อสารที่มีความเชื่อมโยงกับนโยบายของจังหวัด การติดต่อสื่อสารนั้นต้องสร้างความเข้าใจที่ดี และถูกต้องแก่ผู้รับข่าวสาร ข่าวสารที่ส่งออกไปต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเทศบาล การติดต่อสื่อสารนั้นควรสอดคล้องกับความสนใจของผู้รับข่าวสาร

การส่งเสริมและอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

1.4 ผู้จัดทำแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เทศบาลเมืองสตูลได้กำหนดให้ ปลัดเทศบาล ผู้อำนวยการกองวิชาการและแผนงาน และนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ เป็นผู้จัดทำแผนการสื่อสารขององค์กร โดยการจัดทำแผนการสื่อสารดังกล่าว ผู้รับผิดชอบการจัดทำแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์จะรับนโยบายมาจากผู้บริหารระดับสูงและให้ผู้บริหารระดับสูงทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานภายนอกและประชาชนโดยทั่วไป

“ผู้จัดทำแผนจะต้องวางแผนที่สามารถปฏิบัติได้จริง ส่งผลต่อความเจริญรุ่งเรืองของแหล่งท่องเที่ยว และอยากให้ผู้จัดทำแผน รับฟังความคิดเห็นของภาคประชาชนด้วย” (นางสาว ทายิกา สาครวิสัย, สัมภาษณ์, 13 กรกฎาคม 2562)

1.5 กระบวนการจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า ในกระบวนการจัดทำแผนการสื่อสารเทศบาลเมืองสตูลนายกเทศมนตรีเมืองสตูลจะเป็นผู้ลงนามจัดตั้งคณะทำงานวางแผนการสื่อสารฯ ซึ่งคณะทำงานดังกล่าวจะประชุมร่วมกันเพื่อจัดทำร่างแผนการขึ้นมาชุดหนึ่งก่อนแล้วนำเสนอ



นายกเทศมนตรีเมืองสตูลเพื่อพิจารณา หากพิจารณาแล้วเห็นชอบกับร่างฯดังกล่าวก็จะลงนามอนุมัติแล้วจึงมีการประกาศใช้แผนฯ ทั้งนี้แผนฯ จะมีอายุหนึ่งปีงบประมาณ แล้วจึงดำเนินการในรอบใหม่

1.6 เป้าหมายของแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เป้าหมายหลักของเทศบาลเมืองสตูลในการวางแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาล มีความต้องการให้ผู้ส่งสารมีศักยภาพในการสื่อสารเพื่อให้ได้สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข่าวสารมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ ช่องทางการสื่อสารมีความหลากหลายและเข้าถึงประชาชนทุกระดับ และผู้รับสารสามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไปได้

“ต้องมีการพัฒนาบุคลากรและส่งเสริมศักยภาพแกนนำของชุมชนให้สามารถเป็นผู้ส่งสารที่ดี จนสามารถสร้างความรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในวงกว้าง” (นายสมชาย ตันดีศรีสกุล, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2562)

1.7 แผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า แผนการสื่อสารที่เทศบาลเมืองสตูลดำเนินการจะมีการวิเคราะห์ SWOT analysis ก่อนแล้ว จึงดำเนินการจัดทำเป็นแผนออกมา โดยกำหนดการจัดกิจกรรมตามแผนเป็นช่วงระยะเวลา เมื่อดำเนินการ

กิจกรรมทั้งหมดแล้วจะมีการวิเคราะห์ความพึงพอใจในตอนเสร็จสิ้นปีงบประมาณ

2. การดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

2.1. การดำเนินการเกี่ยวกับประเด็นสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล เทศบาลได้มีการจัดการเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ตรวจสอบความถูกต้อง มีการตรวจสอบเป็นระดับชั้นตั้งแต่ระดับล่างระดับกลาง และระดับสูง ก่อนที่จะนำเสนอประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปสู่สาธารณชน โดยได้มีการศึกษาวิเคราะห์ เขียนเค้าโครงร่างของโครงการก่อนที่จะทำการส่งสารออกไปเพื่อให้ประชาชนรับรู้ และมีการติดตามผลตอบรับจากประชาชน เมื่อมีการสื่อสารประเด็นเนื้อหาข่าวสารออกไป

“สารหรือประเด็นสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเทศบาลเมืองสตูล ที่เทศบาลเมืองสตูลมีการออกแบบหรือจัดทำประเด็นสารโดยคำนึงและวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่จะกระตุ้นการตอบสนองของผู้รับสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ในส่วนของเอกสารที่ใช้ประชาสัมพันธ์สารจะมีการสร้างสิ่งเราใจเช่น การสร้างสไลด์ การจัดวางรูปแบบกำหนดรูปร่างรูปทรง เพื่อให้ประชาชนเข้าใจ



เนื้อหาต่าง ๆ” (นางชญาดา อังโชติพันธ์, สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2562)

2.2. การดำเนินการเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า ในอดีตเทศบาลเมืองสตูล อาจยังมีสื่อที่ยังไม่หลากหลาย จึงมีแนวโน้มว่าต่อไป ทางเทศบาลเมืองสตูล จะมีการปรับปรุงในเรื่องของสื่อใหม่ให้หลากหลายขึ้น เพื่อผลตอบรับที่ดีของการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองสตูล และให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุในปัจจุบันมีการเปิดรับนวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยีใหม่

2.3. การดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการคน เงิน โครงสร้าง และ เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการ คน เงิน โครงสร้าง และเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล มีการเริ่มจากระดับผู้บริหารของเทศบาลเมืองสตูล ขอรับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีแล้วจึงแบ่งหน้าที่การทำงาน โดยมีการสั่งการจากระดับสูง ลงมาเป็นระดับชั้น ทั้งนี้แต่ละหน่วยงาน เมื่อรับข้อสั่งการลงมาแล้ว จะมีการระดมสมองเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ เข้ามาช่วยในการปฏิบัติจะต้องมีข้อมูลข่าวสารที่

ครบถ้วนและถูกต้อง มีความชัดเจน เพื่อให้ง่ายก่อนที่จะนำมาปฏิบัติ ปรับปรุง ประยุกต์สร้างสรรค์ให้ออกมาให้สมบูรณ์ที่สุด จึงทำการประชาสัมพันธ์ออกไปให้สาธารณชนรับรู้ ต่อไปทั้งนี้ในส่วนของการจัดการคน เทศบาลเมืองสตูลมุ่งหวังที่จะพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพ ปรับตัวทันต่อเทคโนโลยี และสามารถบริหารจัดการเงินงบประมาณที่ได้รับอย่างมีประสิทธิภาพ

“ก่อนจะทำการสื่อสาร บุคลากรจะต้องมีความรู้เพียงพอที่จะตอบข้อซักถามใด ๆ ได้ และทุกคนในทีมงาน มีการวางแผน หาข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลก่อนจะทำการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองสตูล” (นายสมชาย ต้นดีศรีสกุล, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2562)

2.4. การประเมินผลการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เทศบาลเมืองสตูลจะมีการประเมินผลการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้เวลาประเมินผลในเดิกันยายน ซึ่งเป็นช่วงสุดท้ายที่มีการใช้งบประมาณในการจัดกิจกรรม ผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานเทศบาลเมืองสตูล จะมีการให้ประชาชนที่มารับบริการตอบแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจ แล้วนำผลสรุปนี้มาเสนอต่อผู้บริหารเพื่อปรับปรุงการจัดทำแผนในปีงบประมาณต่อไป แต่ในบางครั้งการปรับปรุง



แผน ไม่สามารถจัดทำได้เต็มที่เนื่องจาก
ข้อจำกัด ด้านงบประมาณและจำนวนบุคลากร

2.5 ปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เทศบาลเมืองสตูล มีการ
กำหนดนโยบาย ตลอดจนมีการจัดโครงการที่
สอดคล้องกับนโยบายจนเป็นที่ยอมรับของ
ประชาชน การได้รับการจัดสรรงบประมาณที่
เพียงพอในการทำโครงการต่าง ๆ นอกจากการ
บริหารจัดการที่ดีแล้วยังมีบุคลากรที่มีทักษะ
ความชำนาญงานและมีเครื่องมือและเทคโนโลยี
ที่ทันสมัยมาช่วยในการทำงาน ซึ่งส่งผลให้
โครงการต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ

3. แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมือง สตูล

3.1. การพัฒนาประเด็นสารเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เทศบาลเมืองสตูลควรให้
ความสำคัญกับการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ บุคลากร
ในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เช่น การ
ฝึกอบรมออกแบบ สื่อมัลติมีเดีย การฝึกอบรม
เป็นพิธีกรมืออาชีพ การฝึกอบรมที่มีหัวข้อ
เกี่ยวกับการจัดรูปแบบข่าวสาร เพื่อให้ตรงกับ
กลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ เทศบาลเมืองสตูลควรมี
การพัฒนาประเด็นสารที่มีความเข้าใจกระตุ้น
ให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ ทั้งนี้ นอกเหนือจาก
ภาษาท้องถิ่นที่ใช้อยู่ อาจมีการใช้ภาษากลาง ๆ

ที่เข้าใจได้ทุกคน นอกจากนี้เทศบาลเมืองสตูล
ควรมีเจ้าหน้าที่ออกตรวจป้ายฯ ที่หมดอายุ เพื่อ
นำป้ายหรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่ใช้งาน
ออกไป สร้างความถูกต้องชัดเจนแก่ผู้รับสาร
เนื่องจากข่าวสารที่ได้มาจาก ฟรีเซ็นเตอร์
ที่เป็นที่รู้จักจะเข้าถึงผู้ฟังได้มากกว่า ตลอดจน
ข่าวสารที่เผยแพร่ออกมานั้น ควรสร้างให้มีการ
วิเคราะห์น้อยที่สุด เพราะสาธารณชนผู้รับ
ข่าวสารมักจะฟังผ่านเลย ไม่นำมาคิดซ้ำ
ท้ายที่สุดข่าวสารควรมีความถูกต้องชัดเจน
สื่อสารตรงไปตรงมา ไม่ยุ่งยากในการทำ
ความเข้าใจ

“ข่าวสารการประชาสัมพันธ์งานเทศกาล
การท่องเที่ยวบางครั้ง ก็ฟังไม่ค่อยเข้าใจ เพราะ
ผู้ส่งสารไม่ได้ใช้ภาษากลาง ๆ ที่เข้าใจได้ ต้องไป
สอบถามกับชาวบ้านว่าคำนี้แปลว่าอะไร เช่น
ในป้ายติดประกาศหน้ามัสยิดกลาง เขียนบอก
ว่า วันฮารีรายอฮีดัลฟิตรี อิจเราะห์ศักราช
1440” (นายชวลิต ดีแล้ว, สัมภาษณ์, 11
มกราคม 2562)

3.2. การพัฒนาวิธีการนำเสนอผ่านสื่อ
ดั้งเดิมและสื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ
เทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เทศบาลเมืองสตูลช่อง
การสื่อสารให้มากขึ้นทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ ไม่
ว่าจะเป็นป้ายไว้นิล รถแท็กซี่ที่ แผ่นพับ
วารสาร ใบปลิว สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อจอ
แอลอีดีขนาดใหญ่ใจกลางเมือง สื่อเสียงตาม



สาย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ แอปพลิเคชัน และไลฟ์สด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองสตูล การเพิ่มช่องทางการสื่อสารเหล่านี้จะทำให้มีการเข้าถึงประชาชนได้เพิ่มมากขึ้น

“ข้อความในป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวยาวไป เราไม่อยากอ่าน เพราะเราแก่แล้ว หูตาไม่ค่อยดี” (นางอุมาพร ไทสูงเนิน, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2562)

3.3. การพัฒนาการจัดการคน เงิน โครงสร้าง และเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เทศบาลเมืองสตูลให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนเป็นประเด็นที่สำคัญ และมุ่งเน้นในแผนพัฒนาบุคลากรให้เห็นความสำคัญเพื่อนำมาพัฒนาต่อบริบทของการพัฒนาเทคโนโลยี บุคคลเหล่านี้ต้องมีความรู้เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น การฝึกอบรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ ส่งผลให้การทำงานที่มีความชำนาญมากขึ้น ทำงานได้รวดเร็วขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้มีการจัดแผนงานโครงการที่ดี มีงบประมาณในการดำเนินการมีบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพและมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการทำงานเหล่านี้จึงส่งผลการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อองค์กรเพิ่มมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

1. การวางแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

จากผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า การวางแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล แสดงให้เห็นว่าการศึกษาประกอบด้วย ผู้กำหนดแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล กระบวนการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ ด้านแผนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ของเทศบาลเมืองสตูล วิธีการนำแผนสู่การปฏิบัติ ทั้งนี้แนวคิดหลักการการวางแผนที่กำหนดขึ้นในองค์กรนั้น ก็เพื่อเป็นแนวคิดในการดำเนินงานเพื่อสนองความต้องการหรือความประสงค์ของบุคคลในองค์กร และ ภายนอกองค์กร รวมถึงนักท่องเที่ยวนั้น การกำหนดแผนย่อมต้องมีขั้นตอนและเป็นกระบวนการ และมีแผนที่กำหนดขึ้นจะต้องเป็นที่รับทราบ และยอมรับจากบุคคลฝ่ายภายในหน่วยงานต้องได้รับการผสมผสานเข้าด้วยกันให้เป็นแนวทางกว้าง ๆ เพื่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน ที่เราเรียกว่านโยบายในการบริหารงาน

จากแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าแผนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อดั้งเดิม และสื่อ



ใหม่ ของเทศบาลเมืองสตูล มีโครงสร้างการกำหนดแผน ประกอบด้วย ผู้กำหนดแผนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองสตูล กระบวนการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ ตัวแผนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองสตูล และวิธีการนำแผนสู่การปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักการเกี่ยวกับแผน จะต้องการกำหนดแผนต้องมีขั้นตอน และเป็นกระบวนการ และนำไปสู่การปฏิบัติงาน

2. การดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า การดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูลแสดงให้เห็นว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองสตูล มี 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวางแผน การประชาสัมพันธ์ การดำเนินการด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองสตูล และการพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล การดำเนินการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองสตูล มีการกำหนดผู้ส่งสาร สาร/ข้อมูล ข่าวสาร สื่อ/ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร โดยนักประชาสัมพันธ์มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส

เนื้อหาข่าวสารคือ ข่าวสารของเทศบาลเมืองสตูลได้เป็นอย่างดี โดยมีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยว เพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้ อย่างดี และมีความสามารถปรับระดับข้อมูลนั้นให้เหมาะสม และง่ายต่อระดับความรู้ของนักท่องเที่ยว โดยใช้ภาษาง่าย ๆ ในการสื่อสาร โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล ข่าวสารประจำวัน เป็นการส่งข่าวสารให้ผู้รับได้รับข้อมูลข่าวสาร โดยผ่านสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ ให้แก่ผู้รับ ได้แก่ ประชาชน นักท่องเที่ยวโดยที่ผู้รับสาร และผู้ส่งสาร ต่างทำหน้าที่เข้ารหัสและถอดรหัสสารทั้ง 2 ฝ่ายเป็นอย่างดี

3.แนวทางพัฒนาการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า แนวทางพัฒนาการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล ประกอบด้วย การพัฒนาด้านผู้ส่งสารในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล การพัฒนาด้านสารในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล การพัฒนาด้านสื่อและกิจกรรม ในการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่แหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล การพัฒนาผู้รับสารในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล การพัฒนาการจัดการประชาสัมพันธ์แหล่ง



ท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล เป็นเครื่องมือ
 อันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี
 และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ไปในทางที่
 เหมาะสมในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
 ของเทศบาลเมืองสตูล โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ
 ไปยังประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยว โดยมี
 มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาล
 เมืองสตูล

สรุปผลการวิจัย

1. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ เทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการสื่อสารเพื่อ
 ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล
 ส่วนหนึ่งมาจากการนโยบายหลักที่ใช้เพื่อการ
 สื่อสารส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มี
 ความชัดเจน ผู้บริหารเทศบาลจึงต้องจัดหาแนว
 ทางการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบเพื่อให้
 เข้าถึงประชาชน

2. ความต้องการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับสารมีความต้องการ
 ช่องทางสื่อสารแตกต่างกัน ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้
 ความสำคัญต่อการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์
 ด้วยการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์เป็น
 ศูนย์กลางในการกระจายข้อมูลเพื่อกระตุ้นให้
 เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของ
 กลุ่มนักท่องเที่ยวช่วงอายุต่าง ๆ มากขึ้น

3. นโยบายของผู้บริหารองค์กรในการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมือง สตูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารเทศบาลเมือง
 สตูลมีแผนการดำเนินการเพื่อการสื่อสารที่
 ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีหลักสำคัญ
 คือ การสื่อสารในเชิงรุก การสื่อสารที่เข้าถึงทุก
 ระดับ การสื่อสารที่มีความเชื่อมโยงกับนโยบาย
 ของจังหวัด สร้างความเข้าใจที่ดี และถูกต้องแก่
 ผู้รับข่าวสาร ข่าวสารที่ส่งออกไปต้องสอดคล้อง
 กับวัตถุประสงค์ของเทศบาล และสอดคล้องกับ
 ความสนใจของผู้รับข่าวสาร

4. เป้าหมายของแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล

ผลการวิจัยพบว่า เป้าหมายหลักในการวาง
 แผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ
 เทศบาล ต้องการให้ผู้ส่งสารที่มีศักยภาพ
 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ
 เข้าถึงประชาชนทุกระดับ

ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยพบว่า การจัดการการสื่อสาร
 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล
 เป็นเพียงการหาแนวทางเพื่อนำไปพัฒนาการ
 จัดการการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยว
 เท่านั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และ
 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไป
 พัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้ เทศบาลเมืองสตูล



ควรจะมีการจัดสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ที่เกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการ และการจัดการการสื่อสารด้วยสื่อใหม่ มีการฝึกอบรมด้านการกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นการจัดการการสื่อสารด้วยสื่อใหม่ มีการจัดอบรมให้ความรู้การดำเนินการด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอการจัดการการสื่อสารด้วยสื่อใหม่ แก่บุคลากร

การเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านทาง แอปพลิเคชัน บนสมาร์โฟน ควรมีการวางแผน ผู้รับผิดชอบในการตอบปัญหาแต่ละช่วงเวลาให้เหมาะสมให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว สอดคล้องกับ ช่วงเวลา และความต้องการของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสอบถาม ปัญหา การพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรในการจัดการการสื่อสารด้วยสื่อใหม่ และการจัดการการสื่อสารที่มีทั้งรูปแบบ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อให้ชาวต่างชาติ ได้ทราบข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของเทศบาลเมืองสตูล

ในส่วนของการข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของ สื่อใหม่ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาลเมือง สตูลที่มีต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารองค์กร และ บุคลากร

References

Choibamroong, T. (2010). **Agricultural tourism suratthani research of**

agricultural resource base towards sustainable Tourism. Bangkok: Research Fund Office. (in Thai)

National Tourism Policy Committee. (2016). **National tourism development plan (No. 2).** Bangkok: Author. (in Thai)

Sananmuang, S. (1998). Local communities and their participation in tourism development. **Tourism Brochure, 17(2), 25-33.** (in Thai)

Sothanasathien, S., & Saichua, S. (2006). **Communication for management in business organizations.** Bangkok: Prasit Stationery and Printing Press. (in Thai)