

การสื่อสารเพื่อการต่อรองกับความขัดแย้งและการปรับตัวของชุมชนการท่องเที่ยว
กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดแถบอันดามัน

**Communication to negotiate with the conflict and
the adjustment of the travel community.
A comparative case study the Andaman provinces.**

¹วัชรีย์ หิรัญพันธ์, ²รศ.ดร.อัศวิน แสงพิกุล,

³รศ.ดร.สมสุข หินวิมาน

¹ Watcharee Hiranphan, ² Somsuk Hinviman

³ Aswin Sangpikul

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการต่อรองกับความขัดแย้งและการปรับตัวของชุมชนการท่องเที่ยวกรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดแถบอันดามัน” มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ (1) เปรียบเทียบบริบทชุมชนในมิติต่างๆ และทุนชุมชนที่สัมพันธ์กับการสื่อสาร (2) ศึกษาการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว (3) ศึกษาความขัดแย้งและการสื่อสารเพื่อจัดการกับความขัดแย้ง (4) ศึกษาการสื่อสารเพื่อการต่อรอง การใช้อำนาจ และการปรับตัว (5) เปรียบเทียบการสื่อสารเพื่อการต่อรองกับความขัดแย้งและการปรับตัว ของชุมชนการท่องเที่ยวปาดอง ซึ่งมีลักษณะการท่องเที่ยวแบบมวลชน และชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ที่มีลักษณะการท่องเที่ยวทางเลือก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในชุมชนประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชาวบ้าน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์จากเอกสาร การสังเกต และการสัมภาษณ์

¹ นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

² ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

³ อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม รวมทั้งเรื่องความขัดแย้ง การต่อรอง อำนาจ และการปรับตัวมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองมีทุนทางกายภาพและทุนเศรษฐกิจที่มีศักยภาพหลักในการต่อรองด้านการท่องเที่ยวมายาวนาน หน่วยงานภาครัฐในชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสารหลัก โดยเน้นการสื่อสารจากบนลงล่างและใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการสื่อสารร่วมกับสื่อกิจกรรม พบการสื่อสารภายในชุมชนออกสู่ภายนอกมากกว่าการสื่อสารภายในชุมชน ความขัดแย้งที่เกิดจากการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและมีระดับที่เข้มข้น จึงนิยมใช้พระราชบัญญัติ กฎระเบียบ เข้ามาบริหารจัดการความขัดแย้งได้อย่างรวดเร็ว จากกรณีศึกษาปัญหาขยะและความปลอดภัยยังคงมีอยู่ในชุมชน แม้จะใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย โดยได้รับความร่วมมือจากทั้งภายในและภายนอกชุมชนเข้ามาช่วยจัดการ การรวมตัวของผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองด้านการท่องเที่ยว และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเกิดการปรับตัว ส่วนชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ มีทุนสังคมและทุนสัญลักษณ์ที่เกิดจากความเข้มแข็งทางศาสนาอิสลาม หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทหน้าที่สื่อสารหลักในรูปแบบจากล่างขึ้นบน เน้น การสื่อสารด้วยสื่อบุคคลและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา มีการสื่อสารภายในชุมชนมากกว่าการสื่อสารภายในชุมชนออกสู่ภายนอก ความขัดแย้งจากการท่องเที่ยวมีน้อยและอยู่ในระดับบางเบา ใช้การสื่อสารพูดคุยไกล่เกลี่ยโดยอาศัยความเป็นเครือญาติเพื่อจัดการความขัดแย้ง จากกรณีศึกษาปัญหาขยะและความปลอดภัย ยังอยู่ในระดับที่ชุมชนจัดการกันเองได้ กติกาชุมชนทำให้ชุมชนมีเอกลักษณ์และนำมาเป็นแนวปฏิบัติเพื่อต่อรองกับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย และผู้ประกอบการรวมถึงนักท่องเที่ยวได้พยายามปรับตัวเข้าหาชุมชนเช่นกัน

คำสำคัญ : การสื่อสาร, ทุนชุมชน, ความขัดแย้ง, การต่อรอง, การปรับตัว

Abstract

This study on conflict negotiation communication and the adjustment of the tourism community, a case study of the Andaman provinces, aimed at (1) comparing the climate of the community in various dimensions and community capital related to tourism communication, (2) studying communication regarding tourism, (3) studying conflict and the communication used to manage the conflict, (4) studying communication for negotiation, the use of power, and adaptation, and (5) comparing conflict negotiation communication and adaptation of the Patong tourism community (which has a mass tourism style) and the Koh Yao Yai tourism community (which has an alternative tourism style). Community contributors included government agencies, entrepreneurs, and villagers. The data collection methods used included observation, interviews, and documents. The researcher introduced Pierre Bourdieu's ideas and theories about capital and intercultural communication—including the conflict, negotiation, and adaptation for analysis framework along with communication concepts and theories.

The research found that the Patong tourism community had physical capital and economic capital that had the potential to be bargaining chips for long-term tourism. Government agencies in the community acted as primary communicators by focusing on top down communication and using the mass media as a channel for communication about activities. Outside communication was found rather than communication within the community. Conflicts caused by tourism were diverse and intense, so the rules and regulations were efficiently used for conflict management. A case study of the garbage and safety issues revealed that these problems still exist in the community despite a variety of communication strategies and cooperation

from people both within and outside the community. Entrepreneurship was very powerful in tourism bargaining and the benefits of tourism caused all types of stakeholder to adapt. The Koh Yao Yai tourism community had social capital and symbolic capital which were generated by Islamic strength. Government agencies had a role to play in the form of bottom up communication. Communication with personal media and religious activities were highlighted. There was communication within the community rather than communication outside the community. There was little or no conflict from tourism and the level of conflict was minimal. Communication through kinship was exploited for conflict management. A case study of garbage and security issues revealed that they were at a level that the community could manage itself. Community rules allow the community to have unique and practical negotiation skills with stakeholders, entrepreneurs, and tourists in order to help them adapt to the community.

Keywords: Communication, Community Capital, Conflict, Negotiation, Adaptation

บทนำ

ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต และชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ อำเภอเกาะยาวจังหวัดพังงา มีความแตกต่างที่น่าสนใจใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) ชุมชนป่าตอง ชุมชนเดิบทโตและมีรายได้หลักจากรูรกิจท่องเที่ยวมากกว่า 50 ปี ด้านชุมชนเกาะยาวใหญ่ เพิ่งเริ่มต้นพัฒนาเป็นชุมชนเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและขยายตัวมากขึ้นเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา (2) ชุมชนป่าตองมีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ส่วนชุมชนเกาะยาวใหญ่มีลักษณะการท่องเที่ยวแบบทางเลือก (Alternative Tourism) ทำให้ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่

เดินทางมาเยือนมีความแตกต่างกัน และ (3) ชุมชนเกาะยาวใหญ่มีมิติชุมชนทางศาสนาและวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ประชากรร้อยละ 99 นับถือศาสนาอิสลาม แต่ชุมชนป่าตองเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทำให้ผู้วิจัยสนใจมิติชุมชนด้านต่างๆ เพื่อการวิเคราะห์ เช่น มิติด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การคมนาคม การเมืองการปกครอง

ดังนั้นในพื้นที่ที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมอย่างชุมชนการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติพร้อมกัน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ปัญหาความขัดแย้งจึงสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา จากเหตุผลดังกล่าวไว้ข้างต้น เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะนำไปสู่ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ และการสื่อสารจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการจัดการต่อรองกับความขัดแย้ง และการสื่อสารจะช่วยให้การปรับตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนป่าตองและชุมชนเกาะยาวใหญ่อย่างไร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเปรียบเทียบระหว่างชุมชนป่าตอง และชุมชนเกาะยาวใหญ่ ซึ่งมีทุนชุมชนที่แตกต่างกัน จะมีศักยภาพ การใช้อำนาจ และรูปแบบในการสื่อสารเพื่อการจัดการต่อรองกับความขัดแย้งและการสื่อสารเพื่อการปรับตัวแตกต่างกันอย่างไร

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนในมิติต่างๆ และทุนชุมชนที่สัมพันธ์กับการสื่อสารในชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่
- 2) เพื่อศึกษาการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่
- 3) เพื่อศึกษาความขัดแย้งและการสื่อสารเพื่อจัดการกับความขัดแย้งในชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่
- 4) เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อการต่อรอง การใช้อำนาจ และการปรับตัวของชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่

5) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการสื่อสารเพื่อการต่อรองกับความขัดแย้งและการปรับตัวของชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง จังหวัดภูเก็ต และชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ จังหวัดพังงา

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดหน่วยการวิเคราะห์เป็นชุมชนด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต และชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา มีผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในชุมชน ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชาวบ้าน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการศึกษาจากการเอกสาร การสัมภาษณ์และการสังเกต และการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็น การตีความ และการหาข้อสรุป เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

ผลการศึกษา

1) บริบทชุมชนและทุนชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง และชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ที่สัมพันธ์กับสารสื่อสาร พบว่า บริบทชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง ที่มีศักยภาพในการต่อรอง ได้แก่ (1) มิติทางภูมิศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจัดเป็นปัจจัยหลักหรือทุนทางกายภาพของชุมชนที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้เดินทางเข้ามาและกลายเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวมายาวนานกว่า 50 ปี ทุนทางกายภาพจึงถูกแปลงเป็นทุนทางสัญลักษณ์ ด้วยความมีชื่อเสียงระดับโลก และกลายเป็นทุนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ (2) มิติด้านการคมนาคม การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทำให้ชุมชนเปลี่ยนแปลง หลายภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงเส้นทางการคมนาคม รวมทั้งวางแผนเพิ่มเส้นทางขนถ่ายนักท่องเที่ยวจากสนามบินนานาชาติจังหวัดภูเก็ตตรงมายังชุมชนป่าตอง มิติด้านการคมนาคมจึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดทุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และ (3) มิติทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัย

หลักสำคัญที่ทำให้ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองกลายเป็นทำเลทอง ทำให้ที่ดินและสิ่งก่อสร้างมีมูลค่าสูงที่สุดในจังหวัดภูเก็ต มีการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับ

ส่วน บริบทชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ ที่มีศักยภาพในการต่อยอด ได้แก่ (1) มิติทางศาสนาและวัฒนธรรม เป็นทุนทางสังคมที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนมุสลิม นำหลักคำสอนทางศาสนามากำหนดเป็นกติกาของชุมชน เพื่อให้ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวในชุมชนยึดถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน ทุนทางสังคมนี้กลายเป็นจุดเด่นหรือทุนสัญลักษณ์ของชุมชน (2) มิติทางภูมิศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น คือ เกาะที่ตั้งอยู่กลางทะเลอันดามัน โอบล้อมด้วยพื้นที่สามจังหวัดที่สำคัญด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ การเดินทางทางเรือค่อนข้างสะดวกสบาย ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวยังคงสมบูรณ์ สวยงาม และเงียบสงบ ถือเป็นทุนทางกายภาพที่สำคัญ และ (3) มิติการคมนาคม การเดินทางเข้าสู่ชุมชนสะดวกยิ่งขึ้นและใช้เวลาไม่นาน มีเรือบริการหลายรูปแบบ หลายรอบเวลา มิติด้านการคมนาคมจึง เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลก่อให้เกิดทุนเศรษฐกิจและการขยายตัวด้านการท่องเที่ยว

2) การสื่อสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง และชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ พบว่า ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง มี (1) ผู้สื่อสารหลัก คือ หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่น ทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในชุมชน เกี่ยวกับกฎ ระเบียบต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการควบคุมและรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยในชุมชน ส่วนผู้ประกอบการมีหน้าที่สื่อสารด้านการตลาดไปยังนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ สำหรับชาวบ้านที่มีบทบาทหน้าที่ในฐานะผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว มักมีการรวมกลุ่มสมาชิกในลักษณะชมรม สมาคม หรือสหพันธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งในกลุ่มอาชีพและควบคุมมาตรฐานด้านการบริการอย่างเป็นธรรม (2) สารและสื่อในชุมชนป่าตองเน้นการใช้สื่อมวลชนซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว และสื่อกิจกรรม พบการสื่อสารเพื่อการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวทางสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนสารและสื่อในชุมชนป่าตองมีบทบาทหน้าที่เพื่อกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งให้

เกิดขึ้นภายในชุมชน ป้องกันความสับสนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กระตุ้นจิตสำนึกให้ตื่นตัวและใส่ใจกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างผู้สื่อสาร และ (3) รูปแบบการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน ปาตอง เน้นนำเสนอรูปแบบการสื่อสารซึ่งทำหน้าที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน และประสานประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการ การสื่อสารภายในองค์กรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการสื่อสารในรูปแบบการประชุม เสวนา หรือเวทีแสดงความคิดเห็น และรูปแบบการสื่อสารตามแนวนโยบายของรัฐบาล ส่วนรูปแบบการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวจากชุมชนออกสู่ภายนอก ทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราว สื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคคลภายนอก ชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นภายในชุมชนก่อนออกสู่ภายนอก และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากองค์กรภายนอก การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน การสื่อสารการตลาด และการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารอย่างเป็นทางการ ซึ่งมีลักษณะการไหลของสารจากบนลงล่าง

ส่วนชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ มี (1) ผู้สื่อสารหลัก คือ หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่น ใช้วิธีการสื่อสารสองทาง เน้นการไหลของข้อมูลข่าวสารจากล่างขึ้นบน ผู้นำทางศาสนา ผู้นำชุมชน และชาวบ้านจะเป็นกลุ่มแรกๆ ที่ได้รับการบอกกล่าว และเชิญเข้าร่วมประชุม รวมทั้งผู้ประกอบการมาร่วมรับฟังและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี ผู้ประกอบการเข้าใจ เคารพแนวปฏิบัติตามวิถีชีวิตชุมชนหรือกติกาชุมชน และยินดีแจ้งให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม สำหรับกลุ่มชาวบ้านมีวิธีการสื่อสารแบบแนวระนาบ ซึ่งเกิดจากการสื่อสารพูดคุยระหว่างกันเมื่อเกิดปัญหาข้อขัดแย้งหรือต้องการความคิดเห็น (2) สารและสื่อ เน้นการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม เพื่อวัตถุประสงค์บอกกล่าว ชี้แจง ประกาศ และแจ้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ขอความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมภายในชุมชน สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชาวบ้านในชุมชนมุสลิม และเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ (3) รูปแบบการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการสื่อสาร

ด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชนเกาะยาวใหญ่ เน้นนำเสนอรูปแบบการสื่อสารซึ่งทำหน้าที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ และประสานประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในชุมชนเกาะยาวใหญ่ ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ การสื่อสารแบบบอกต่อ การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารเพื่อกำหนดเขตพื้นที่อัตลักษณ์ของชุมชนคือ เมื่อเกิดความขัดแย้งจะใช้วิธีการสื่อสารแบบเผชิญหน้า พบปะพูดคุย หาทางออกร่วมกัน ใช้วิธีการสื่อสารแบบประนีประนอมเพราะความเป็นญาติพี่น้องกัน และรูปแบบการสื่อสารจากชุมชนออกสู่ภายนอก ทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคคลภายนอกชุมชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ด้านการท่องเที่ยวชุมชนเกาะยาวใหญ่ ประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสารแบบบอกต่อทางสื่อสังคมออนไลน์ การสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน และการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายกับองค์กรภายนอก เน้นการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตชุมชนที่เรียบง่าย สงบสุข และความมีน้ำใจของชาวบ้าน

3) ความขัดแย้งและการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งในชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาปัญหาขยะ และปัญหาความปลอดภัยเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

จากกรณีศึกษา “การสื่อสารเพื่อจัดการกับปัญหาขยะในชุมชนป่าตอง” พบว่า (1) บริบทที่มาของปัญหาขยะจากการท่องเที่ยวในชุมชนป่าตอง เมื่อปริมาณนักท่องเที่ยวและประชากรที่ทำงานในพื้นที่ เดินทางเข้ามาในชุมชนกว่า 1 แสนคนต่อวัน รวมทั้งขยะในครัวเรือน วันละ 350 ตัน ซึ่งคิดเป็นงบประมาณในการจัดการขยะต่อปี กว่า 50 ล้านบาท (2) การรับรู้ความหมายปัญหาขยะในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัญหาร่วมกันภายในชุมชน โดยทางเทศบาลเมืองป่าตองตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวและเร่งหามาตรการจัดการขยะในหลากหลายรูปแบบ ส่วนผู้ประกอบการต่างให้ความสำคัญกับการจัดการปัญหาขยะและมีแนวคิดว่าปัญหาดังกล่าวยังสามารถจัดการได้ สำหรับชาวบ้านมองเห็นถึงปัญหาขยะที่ส่งผล

ต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะชอยบางลาและริมชายหาดป่าตอง (3) วิธีการสื่อสารเพื่อจัดการกับปัญหาขยะ ประกอบด้วย การประชุมชี้แจง และขอความร่วมมือผู้ประกอบการและชาวบ้าน ทั้งขยะให้ตรงตามเวลาที่ทางเทศบาลกำหนด รวมทั้งการใช้พระราชบัญญัติความสะอาด ระเบียบ ข้อบังคับ มีการว่าจ้างบริษัทเอกชน มาจัดเก็บขยะ การแจ้งเตือนให้จ่ายค่าจัดการเก็บขยะ มีกิจกรรมช่วยเก็บขยะของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการคัดแยกขยะในครัวเรือนและสถานประกอบการ (4) ผลจากการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้ง กรณีศึกษาปัญหาขยะ พบว่า วิธีการสื่อสารกับผู้ประกอบการและชาวบ้านนั้นมีรูปแบบที่หลากหลาย เน้นการใช้พระราชบัญญัติรักษาความสะอาด พร้อมทั้งกฎ ระเบียบต่างๆ แต่ปัญหาขยะก็ไม่สามารถจัดการได้ ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียมีการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง และทิ้งตามเวลาที่กำหนด ส่วนชาวบ้านมองว่าปัญหาขยะยังไม่สามารถจัดการได้ โดยเฉพาะในชอยบางลา

“การสื่อสารเพื่อจัดการกับปัญหาด้านความปลอดภัยในชุมชนป่าตอง” พบว่า

(1) บริบทที่มาของปัญหาความปลอดภัย เกิดจากการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว คนภายนอกที่เข้ามาประกอบอาชีพ รวมทั้งผู้ประกอบการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดปัญหาความแออัดและความไม่ไว้วางใจซึ่งกัน มีการก่ออาชญากรรมเพิ่มมากขึ้น ปัญหาความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว ความปลอดภัยทางทะเลน้อยลง ด้านการคมนาคม หรือความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (2) การรับรู้ความหมายปัญหาความปลอดภัยในมุมมองของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว เป็นปัญหาร่วมกันภายในชุมชน เพราะส่งผลกระทบต่อความรู้สึก ภาพลักษณ์และเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ทำให้หลายภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ ทั้งภาครัฐระดับท้องถิ่น ภาครัฐส่วนกลาง หน่วยรักษาความปลอดภัยผู้ประกอบการ และชาวบ้านซึ่งเป็นอาสาสมัครในพื้นที่ (3) วิธีการสื่อสารเพื่อจัดการกับปัญหาความปลอดภัย นอกจากความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอกชุมชน ยังใช้อุปกรณ์สื่อสารและเทคโนโลยีมาช่วยเสริม เช่น กล้อง CCTV เครือข่ายทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งอาสาสมัครทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาช่วยดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (4) ผลจากการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้ง กรณีศึกษาปัญหาความปลอดภัย พบการใช้วิธีการสื่อสารด้านความปลอดภัยผ่านสื่อ

และช่องทางที่หลากหลายทั้งสื่อมวลชนและไม่ใช่สื่อมวลชน แต่ยังไม่สามารถจัดการกับปัญหาได้ตามเป้า แม้ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน นำเทคโนโลยีกล้อง CCTV เข้ามาช่วย รวมทั้งเครือข่ายภาคประชาชนเข้ามาทำงานร่วมกันแล้วก็ตาม แต่อย่างน้อยการแจ้งเบาะแส และเข้าไปช่วยเหลือดูแลในเบื้องต้น สามารถลดความรุนแรงลงได้

กรณีศึกษา “การสื่อสารเพื่อจัดการเกี่ยวกับปัญหาขยะในชุมชนเกาะยาวใหญ่” พบว่า (1) บริบทที่มาของปัญหาขยะ มาจากแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าจากผู้ประกอบการและครัวเรือน แต่ทางเทศบาลไม่สามารถจัดการขยะเองได้ เพราะไม่มีเตาเผาขยะ ไม่มีถังขยะวางให้พบเห็นมากนัก และปัญหาเรื่องที่ฝังกลบ ผู้ประกอบการและชาวบ้านต้องจัดการขยะกันเอง เริ่มมีการเก็บค่าจัดการขยะจากผู้ประกอบการและชาวบ้าน (2) การรับรู้ความหมายปัญหาขยะในมุมมองของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว ซึ่งทุกภาคส่วนตระหนักถึงปัญหานี้ โดยทางเทศบาลกำลังพิจารณาวิธีการจัดการขยะที่เหมาะสมที่สุด ผู้ประกอบการรับทราบปัญหานี้ จึงหาวิธีการจัดการขยะด้วยตนเอง สำหรับชาวบ้านให้ความสำคัญและเป็นกังวลกับปัญหาขยะเช่นกัน จึงพยายามช่วยกันจัดการขยะในพื้นที่สาธารณะรวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวเป็นประจำทุกเดือน (3) วิธีการสื่อสารเพื่อจัดการกับปัญหาขยะ หน่วยงานภาครัฐเข้าร่วมประชุมอบรม และศึกษาดูงานการจัดการขยะแบบครบวงจร ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระหว่างพิจารณาข้อดี ข้อเสีย และผลกระทบภายในชุมชน มีการรณรงค์ร่วมกันเก็บขยะเป็นประจำทุกเดือนและทุกวันสำคัญ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้แก่นักเรียนและลดปริมาณขยะในชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว ให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะ จัดวางถังคัดแยกขยะในชุมชน ชื่นชมชาวบ้านที่ช่วยเก็บขยะผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และการออกระเบียบให้ผู้ประกอบการจ่ายค่าจัดการขยะตามสัดส่วนจำนวนห้องพักและนักท่องเที่ยว (4) ผลจากการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้ง พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตระหนักถึงปัญหาและมีจิตสำนึกที่ดีต่อการจัดการขยะในชุมชน ในบ้าน และสถานประกอบการ รวมทั้งช่วยกันคัดแยกขยะ และมีการปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะเด็กตั้งแต่ในโรงเรียน

“การสื่อสารเพื่อจัดการปัญหาด้านความปลอดภัยในชุมชนเกาะยาวใหญ่”

พบว่า (1) บริบทที่มาของปัญหาความปลอดภัย แทบไม่พบเห็นปัญหาด้านความปลอดภัย เนื่องจากเป็นชุมชนน่าอยู่เพราะมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ปัจจุบันใช้มาตรการเฝ้าระวัง ส่วนเจ้าหน้าที่ตำรวจแทบไม่มีบทบาทหน้าที่ (2) การรับรู้ความหมายปัญหาความปลอดภัยในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชาวบ้านต่างเห็นพ้องกันว่าชุมชนมีความปลอดภัย เพราะเชื่อมั่นว่าหลักคำสอนทางศาสนาอิสลามสามารถใช้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและบรรเทาความขัดแย้งให้เบาบางได้ (3) วิธีการสื่อสารเพื่อจัดการกับปัญหาความปลอดภัย ใช้วิธีการสื่อสารพูดคุย มีผู้ใหญ่ที่นับถือช่วยสื่อสารไกลเกลี่ยหาทางออกร่วมกัน ส่วนปัญหาที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและพนักงานจะเป็นผู้รับผิดชอบช่วยเหลือในเบื้องต้น (4) ผลจากการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งกรณีศึกษาปัญหาความปลอดภัย พบว่า แม้จะไม่ค่อยพบปัญหาด้านความปลอดภัย แต่ก็เริ่มมีความวิตกกังวลจากการเข้ามาของประชากรแฝง ปัจจุบันใช้วิธีการเฝ้าระวังร่วมกัน ด้วยข้อดีของความเป็นเกาะทำให้การเดินทางเข้าออกยังไม่สะดวกรวดเร็ว และชาวบ้านเชื่อว่าหลักคำสอนทางศาสนาอิสลามจะช่วยกล่อมเกลาคิดใจให้มีสติและไม่ทำร้ายกัน

4) การสื่อสารเพื่อต่อรอง การใช้อำนาจ และการปรับตัวของชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ พบว่า *ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง* (1) หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการใช้อำนาจบริหารจัดการชุมชน รับนโยบายด้านการท่องเที่ยวจากส่วนกลางมาสู่ชุมชน หากเกิดความขัดแย้งจากการท่องเที่ยวทั้งหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกชุมชนเข้ามาช่วยแก้ปัญหา โดยนำกฎหมาย พระราชบัญญัติ ระเบียบ ข้อตกลงต่างๆ มาปฏิบัติร่วมกัน เน้นสื่อกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ใช้สื่อมวลชนเป็นหลักในการสื่อสาร จัดอบรมนักข่าวชุมชน ติดตั้งกล้อง CCTV ในจุดสำคัญๆ รวมทั้งสร้างเครือข่ายออนไลน์ และอาสาสมัครด้านต่างๆ ในชุมชน (2) ผู้ประกอบการในชุมชนป่าตองมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยว มีการรวมกลุ่มสมาชิกเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองกับผลประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียม ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้น มีการรวมตัวของสมาชิกในรูปแบบชมรม สมาคม สหพันธ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและสร้างอำนาจในการต่อรอง และใช้การสื่อสารเพื่อการปรับตัวหลายรูปแบบเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ (3) ชาวบ้าน

ยอมรับการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพเพื่อการท่องเที่ยว เพราะสามารถสร้างรายได้ให้ครอบครัว ยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม แม้ชาวบ้านไม่มีอำนาจในการเรียกร้อง แสดงความคิดเห็น หรือกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ทำได้เพียงช่วยเหลือหรือเป็นอาสาสมัครของชุมชน และเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ

ชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ (1) หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทหน้าที่หลักด้านการสื่อสารท่องเที่ยว เน้นการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของชาวบ้านและผู้ประกอบการ กำหนดกติกาชุมชนปลอด 5 ส ไว้เป็นแนวปฏิบัติในชุมชน มีวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เตรียมความพร้อมด้านภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการและชาวบ้าน ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจากภายนอกเข้ามาช่วยส่งเสริมสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนมากขึ้น (2) ผู้ประกอบการในชุมชนรับทราบ ยอมรับ เข้าใจ เงื่อนไขกติกาชุมชนก่อนตัดสินใจประกอบกิจการ รวมทั้งแจ้งให้ลูกค้าของตนรับทราบ ส่วนผู้ประกอบการซึ่งเป็นชาวบ้านดั้งเดิม มีการรวมกลุ่มสมาชิกในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการอย่างเท่าเทียม มีการสื่อสารเพื่อการปรับตัวเป็นอย่งดี ให้การสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน เคารพผู้นำทางศาสนา ผู้นำหมู่บ้านและชาวบ้านในละแวกใกล้เคียง (3) ชาวบ้านยอมรับการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพเพื่อการท่องเที่ยว แต่วิถีปฏิบัติตามหลักคำสอนทางศาสนาอิสลามก็ยังคงเข้มข้น ชาวบ้านมีอำนาจมากในการสื่อสาร คอยเป็นหูเป็นตาพูดคุย ตักเตือนผู้ประกอบการหากมีการใช้ทรัพยากรในชุมชนที่ไม่ถูกต้อง มีบทบาทสำคัญด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ร่วมจัดทำแผนของชุมชน หรือกำหนดรูปแบบกิจกรรม และมีการรวมตัวด้านอาชีพในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน หากเกิดความขัดแย้งขึ้นชาวบ้านจะใช้วิธีการสื่อสารเพื่อหาทางออกร่วมกัน ยอมรับอาชีพด้านการท่องเที่ยวและฝึกทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ หากไม่ได้รับการจัดสรรผลประโยชน์อย่างสมเหตุสมผลและเท่าเทียม ก็มักทำใจยอมรับ

สรุปและอภิปรายผล

1) **บริบทชุมชนและทุนชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ที่สัมพันธ์กับสารสื่อสาร** จากผลการวิจัยพบว่า ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองได้รับการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงนโยบายของรัฐบาล โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการกำหนดแผนการท่องเที่ยวระดับประเทศ ที่มุ่งเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mainstream Tourism) หรือการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งมุ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นส่วนใหญ่ จากข้อมูลในโครงการนำร่องปีงบประมาณ 2550 ซึ่งศึกษารวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและการเรียนรู้อย่างยั่งยืนของจังหวัดภูเก็ต กล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวกระแสหลักที่เกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามเศรษฐกิจของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโลกทุนนิยม เน้นความสะดวกสบาย เน้นการจ่ายเงินเป็นหลัก และให้ความสำคัญกับจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการรับรู้และการสัมผัสที่ควรได้รับจากการท่องเที่ยว ดังที่ ภาควิชาภูมิทัศน์ (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบมวลชนให้ความสำคัญกับความเป็นมาตรฐานของบริการการท่องเที่ยว เน้นการตอบสนองนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และเน้นการประหยัดจากขนาดของการบริหารจัดการ ซึ่งในแผนการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปีงบประมาณ 2558 เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวกระแสหลัก สื่อสารตลาดเพื่อเร่งการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งต่างจากชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ เน้นการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ไม่ได้คำนึงถึงความสะดวกสบาย และสิ่งอำนวยความสะดวกในขณะเดินทางท่องเที่ยว เน้นความเป็นปัจเจก ความเฉพาะเจาะจง การเข้าถึงคุณค่าและความงามของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นท้องถิ่น

เมื่อศึกษาเกี่ยวกับบริบทชุมชนทั้งสองชุมชนซึ่งมีรูปแบบการท่องเที่ยวต่างกัน พบว่า บริบทชุมชนในมิติทางภูมิศาสตร์และมิติทางเศรษฐกิจของชุมชนป่าตองกลายเป็นทุนเศรษฐกิจที่สำคัญ เพราะการท่องเที่ยวพัฒนาและขยายตัวเติบโตถึงขีดสุด

จากทุนเศรษฐกิจการทองที่เกี่ยวกลายเป็นทุนสัญลักษณ์ในควมมีชื่อเสียงด้านการทองเที่ยว ซึ่ง บุรดิเยอ (1977 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553) กล่าวว่า ทุนเศรษฐกิจมีการสะสม ครอบครอง เปลี่ยนมือกันตลอดเวลา อุตสาหกรรมการทองเที่ยวในชุมชนปาดองก็เช่นกัน นอกจากนี้ยังมีทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม และ ทุนสัญลักษณ์ ทุนเหล่านี้ทำหน้าที่ในฐานะ “ความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางสังคม” เพราะทุนเป็นแหล่งกำเนิดของการแสวงหาผลประโยชน์และสามารถถ่ายโอนกันไปมาได้ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทุกระดับต่างได้รับผลประโยชน์จากการทองเที่ยวร่วมกัน

บริบทชุมชนในมิติทางศาสนาและวัฒนธรรมของชุมชนเกาะยาวใหญ่ กลายเป็นทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคมที่ศักยภาพสูงในการต่อรองกับวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2544) กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอำนาจ และอัตลักษณ์ของบุคคลหรือของสังคมนั้น ความรู้สึกภาคภูมิใจในหลักคำสอนทางศาสนาที่ฝังาม ความมีศรัทธาของคนที่นี่นับถือศาสนาอิสลาม ไม่เบียดเบียนกัน จึงทำให้ชุมชนแห่งนี้กลายเป็นชุมชนน่าอยู่ เพราะมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสูง หากนำแนวคิดของ Edward T. Hall (1976 1981: 113127 อ้างถึงใน พัชราภา เอื้ออมรวิช (2558) มาอธิบายระบบวัฒนธรรมของชุมชนปาดองและชุมชนเกาะยาวใหญ่ จะพบว่า ลักษณะทางวัฒนธรรมแบบ High context อย่างชุมชนเกาะยาวใหญ่ซึ่งเป็นชุมชนที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ มีศาสนาอิสลามเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ เปิดรับสิ่งใหม่ที่เข้ามาในชุมชนค่อนข้างยาก หากผู้มาเยือนต้องปรับตัวเข้าหาชุมชนตามกติกาชุมชนปลอด 5 ส หากมองเป็นข้อดีคือ สามารถรักษาวัฒนธรรมที่เข้มแข็งของตนเองไว้ได้ ไม่สูญหาย ไม่เปลี่ยนแปลง ใช้เป็นศักยภาพในการต่อรองกับการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกชุมชนได้ แต่ชุมชนการทองเที่ยวปาดองเป็นพื้นที่ที่เปิดรับความแตกต่างและพร้อมเรียนรู้วัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน อีกทั้งพยายามเข้าใจความหมายในการสื่อสารระหว่างกัน มีการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมและให้เกียรติคนอื่น ดังที่ ชิตาภา สุขพล่า (2548) กล่าวว่า นั่นคือแนวทางที่ทำให้การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมประสบความสำเร็จ

2) การสื่อสารด้านการทองเที่ยวของชุมชนการทองเที่ยวปาดองและชุมชนการทองเที่ยวเกาะยาวใหญ่ จากผลการวิจัย พบว่า ชุมชนการทองเที่ยว

ป่าตอง มีรูปแบบการสื่อสารเน้นการสื่อสารจากบนลงล่าง ซึ่งสอดคล้องกับ อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) กล่าวว่า ลักษณะการไหลของสารจะเป็นทางการ เป็นการสื่อสารทางเดียว โดยใช้วิธีการสื่อสารอาศัยอำนาจสั่งการจากเทศบาลเมืองป่าตองเป็นหลัก บริหารจัดการคนหมู่มากด้วยการใช้หลักกฎหมาย พระราชบัญญัติ ระเบียบมาช่วยแก้ปัญหาความขัดแย้งได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังพบวิธีการสื่อสารแนวระนาบในกลุ่มผู้ประกอบการ รวมทั้งมีการสื่อสารที่อาศัยเครือข่ายในโลกออนไลน์และอาสาสมัครด้านต่างๆ ของชุมชน ในขณะที่ชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ มีรูปแบบการสื่อสารเน้นการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ทำให้มีการไหลของสารสองทาง กลุ่มชาวบ้านจะมีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างเสรี และยังปรากฏการสื่อสารแนวระนาบของกลุ่มชาวบ้านในร้านกาแฟตอนเช้า มัสยิด หรือที่ประชุมประจำหมู่บ้าน พบเห็นชาวบ้านใช้วิธีการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ทำให้ชาวบ้านมีบทบาทสำคัญด้านการสื่อสารและการแสดงความคิดเห็นค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำทางศาสนา หรือโต๊ะอิหม่าม ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในชุมชน ส่วนการสื่อสารแบบ Third party กรณีชาวบ้านที่ผันตัวเองมาประกอบการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการจัดสรรผลประโยชน์ไม่เท่าเทียม จึงขอให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยไกล่เกลี่ย จากแนวคิด Third-Party Intervention หรือการแทรกแซงจากบุคคลที่สาม ของ Joseph P. Fogler และคณะ (2008, อ้างถึงใน บัณฑิตา จารุมานี นิลปัทม์, 2555) กล่าวว่า เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นเพื่อกำหนดบทบาทของบุคคลที่สามที่จำเป็นต้องเข้าไปเกี่ยวข้องต่อสถานการณ์ความขัดแย้งโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ในปัจจุบันยังไม่สามารถแก้ไขได้ เพราะบุคคลที่สามไม่ใช่ผู้แก้ปัญหาหรือผู้จัดการปัญหาโดยตรง แต่เป็นผู้สร้างบริบทแวดล้อมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ความขัดแย้งเกิดความพร้อมในการแก้ปัญหาร่วมกัน หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวมองว่าปัญหาความขัดแย้งนั้น ไม่ใช่ความขัดแย้งที่รุนแรงมากนัก หรือสถานการณ์ความขัดแย้งยังพอจะควบคุม จัดการ พุดคุยในระบบเครือญาติ หรือ ประคับประคองต่อไปได้ บางปัญหาความขัดแย้งจึงจบลงได้หรือบรรเทาเบาบางลง ซึ่งส่วนหนึ่งของความรู้สึกนึกคิดและนิสัยใจคอของชาวบ้านในชุมชนเกาะใหญ่ มาจากการ

บ่มเพาะวิธีคิดและแนวทางการปฏิบัติตามหลักคำสอนทางศาสนอิสลาม ให้มีความรักต่อกัน สามัคคีกัน เชื้อเพื่อเชื้อแม่ และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

สารและสื่อในชุมชนการท่องเที่ยวปาดอง เน้นการใช้สื่อมวลชนและสื่อกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ส่วนชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ ไม่เน้นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เน้นสื่อบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือสูงและสื่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประเพณี และศาสนา ส่วนรูปแบบการสื่อสารในชุมชนปาดอง และชุมชนเกาะยาวใหญ่มีความหลากหลายและทำหน้าที่ต่างกันไป ทำให้แต่ละชุมชนมีทางเลือกในการสื่อสาร สำหรับชุมชนการท่องเที่ยวปาดองเน้นรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม คำนึงถึงภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และมีรูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ทำให้มีสัดส่วนการสื่อสารจากภายในออกสู่ภายนอกมากกว่าการสื่อสารภายในชุมชน ส่วนรูปแบบการสื่อสารของชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ เน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาของชุมชน รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพบปะ ประชุม แสดงความคิดเห็นมีให้เห็นอยู่เสมอ สัดส่วนการสื่อสารภายในชุมชนจึงมากกว่าการสื่อสารจากภายในออกสู่ภายนอก ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชนก่อนจะนำไปสู่การต่อรองจากภายนอก

3) ความขัดแย้งและการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งในชุมชนการท่องเที่ยวปาดองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ จากผลการวิจัย พบว่า ปัญหาความขัดแย้งที่เกิดจากการท่องเที่ยวเป็นปัญหาที่ไม่อาจเลี่ยงได้ ดังที่ ลิโอนาร์ด เจ มาร์คัส และคณะ (2552) กล่าวว่า เมื่อใดมีคนจำนวนมากอยู่รวมกันแต่ละคนย่อมมีความชอบ ความสนใจ และความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ต่างกัน การกระทบกระทั่งจนเกิดความขัดแย้งจึงไม่ใช่เรื่องแปลก สอดคล้องกับ แลงโด ซาย และคณะ (2549) กล่าวว่า ความขัดแย้งเป็นผลพวงมาจากความแตกต่างส่วนตัวและความแตกต่างทางวิชาชีพ รวมทั้งความขัดแย้งที่เกิดจากการพึ่งพาระหว่างกัน การแย่งชิงทรัพยากร แนวคิดที่แตกต่างจากการใช้ทรัพยากร หรือการช่วงชิงอำนาจที่ส่งผลให้งานสำเร็จได้ การท่องเที่ยวแบบเปิดของชุมชนปาดอง มีปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นมาตลอดระยะกว่า 50 ปี และมีระดับความรุนแรงของปัญหาเพิ่มมากขึ้น ทำให้หลายภาคส่วนทั้ง

ภายในและภายนอกชุมชนต่างเข้ามาช่วยจัดการกับปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้น เพราะมีผลต่อภาพลักษณ์และเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ในขณะที่ปัญหาความขัดแย้งในชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่เพิ่งเริ่มก่อตัวขึ้นและระดับความขัดแย้งไม่รุนแรงมากนัก แต่ชาวบ้านก็รู้สึกวิตกกังวลเมื่อการท่องเที่ยวเข้ามา เพราะไม่ต้องการให้เป็นอย่างเช่นเกาะพีพี เพราะชาวบ้านยังคงต้องการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เงียบสงบ มาเพื่อการพักผ่อน ไม่มีสถานบันเทิง หรือมีสิ่งใดที่เข้ามาขัดกับหลักคำสอนทางศาสนาอิสลาม

จากการศึกษาวิจัยจึงพบวิธีการจัดการกับความขัดแย้งของทั้งสองชุมชนนั้นแตกต่างกัน ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองมักได้รับการช่วยเหลือและความร่วมมือจากองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาต่างๆ เข้ามาช่วยจัดการกับปัญหาความขัดแย้ง เช่น ปัญหาความปลอดภัยด้านการคมนาคม ปัญหาขยะ ปัญหาจากการใช้ทรัพยากรร่วมกัน และปัญหาอีกบางส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในชุมชนช่วยกันจัดการ เพราะหากความขัดแย้งมีความรุนแรงระดับประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อด้านการท่องเที่ยวเช่นกัน Brianne C. Busey (2014) กล่าวว่า เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในประเทศยูกันดา จะต้องให้นักเศรษฐศาสตร์และนักพัฒนาการลงทุนพยายามหาวิธีการเพิ่มการลงทุนจากต่างประเทศ รวมทั้งความช่วยเหลือจากรัฐบาล จัดตั้งเจ้าหน้าที่ด้านการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างตราสินค้า ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สร้างการรับรู้ใหม่ให้กับนักลงทุน และด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว มีการบูรณาการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และเน้นตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนความขัดแย้งที่เกิดจากการท่องเที่ยวในชุมชนเกาะยาวใหญ่ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในชุมชนจัดการกันเอง งานวิจัยของ สุภาพกร อุปกุล (2554) แสดงให้เห็นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการการท่องเที่ยวและมีการต่อรองกับระบบทุน แค่เพียงคนในชุมชนมีความมั่นคงทางจิตใจ เชื่อมั่นในอำนาจของตน มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เกิดความรัก ความหวงแหนในทรัพยากรของตน ซึ่งเหล่านี้เป็นส่วนทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป

รูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งในชุมชนเกาะยาวใหญ่ เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูง คือ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ดังที่ สาระดีดอทคอม (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การสื่อสารแบบเผชิญหน้าเป็นรูปแบบที่ดีที่สุดที่สามารถสื่อสารได้อย่างตรงไปตรงมา และมีข้อผิดพลาดทางการสื่อสารน้อยมาก นอกจากนี้ยังพบการสื่อสารในแนวนอนหรือแนวระนาบ ในการประชุม พูดคุย ขอความร่วมมือ แก้ไขปัญหา หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันระหว่างกลุ่มชาวบ้านซึ่งมีลักษณะความเป็นเครือญาติสูง อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) กล่าวว่า การสื่อสารแนวระนาบสามารถทำให้งานบรรลุเป้าหมาย มีการสร้างสรรค์งานใหม่ๆ เกิดความสะดวก รวดเร็ว สามารถความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่จำเป็นต่อการทำงานต่อไป เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ณัฏฐ์ เทียวงาม (2556) พบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญในการจัดการกับปัญหาความขัดแย้งในชุมชน ด้วยวิธีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน การอบรมสั่งสอนจากผู้อาวุโสของครอบครัว การประชุม ปรีกษาหรือ จัดประชาคมหมู่บ้าน ประนีประนอม และใช้การเจรจาต่อรอง ในชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ มีระบบการสื่อสารแบบเปิด (open communication) ชาวบ้านมีโอกาสแสดงอำนาจผ่านกระบวนการแสดงความคิดเห็นต่อที่ประชุมได้อย่างเสรี อีกทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็นกับหน่วยงานภาครัฐ เข้าร่วมวางแผนกิจกรรมของชุมชน และหน่วยงานภาครัฐมีอำนาจหน้าที่ในรับนโยบาย กำกับ ควบคุม ดูแล และประสานประโยชน์ให้แก่ชุมชน จะสามารถลดหรือบรรเทาความขัดแย้งลงได้

จากกรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งเกี่ยวกับปัญหาขยะและปัญหาความปลอดภัยในชุมชนการท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ Thomas-Kilmann (ม.ป.ป., อ้างถึงใน แลงโด ซาย และคณะ, 2549) ได้เสนอวิธีการจัดการกับความขัดแย้ง 5 วิธี ประกอบด้วย วิธีการแข่งขัน (Competing) การร่วมมือ (Collaborating) การหลีกเลี่ยง (Avoiding) การโอนอ่อนผ่อนตาม (Accommodating) และการประนีประนอม (Compromising) พบว่า ชุมชนการท่องเที่ยวทั้งสองชุมชนนำวิธีการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งทั้ง 5 วิธีมาปรับใช้ โดยชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองพยายามเลือกใช้วิธีการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งด้วยวิธีการสื่อสารที่เน้นผลลัพธ์และเน้นความสัมพันธ์ ประกอบด้วยวิธีการโอนอ่อนผ่อน

ตาม โดยผู้ประกอบการยอมจ่ายค่าทำขวัญให้แก่นักท่องเที่ยวที่ยอมรับการปรับโทษหนึ่งในพื้นที่หน้าหาด หรือผู้ประกอบการยินยอมจ่ายค่าจัดการขยะ และทำความสะอาดในพื้นที่ประกอบการของตนเอง เพื่อไม่ให้เสียภาพลักษณ์ด้านความสะอาดเมื่อนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ วิธีการต่อมา ได้แก่ วิธีการร่วมมือ เข้ามามีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำความสะดวกแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรและการท่องเที่ยว ส่วนวิธีการแข่งขัน เกิดขึ้นจากการกำหนดให้ป่าตองเป็นพื้นที่นำร่องในโครงการ Phuket safety zone ซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับรางวัลชนะเลิศระดับประเทศ และต้องการนำมาใช้กับพื้นที่การท่องเที่ยวป่าตอง แม้ว่าจะยังไม่ปรากฏผลอย่างเป็นรูปธรรมก็ตาม และอีกวิธีการหนึ่งคือ วิธีการหลีกเลี่ยง เกิดจากสถานประกอบการและสถานบันเทิง ทั้งขยะในเวลาเลิกงาน (ใกล้รุ่ง) ซึ่งไม่ใช่เวลาที่ทางเทศบาลจะมาจัดเก็บ ทำให้ชาวบ้านเห็นว่าปัญหาขยะยังเป็นปัญหาอยู่ ในขณะที่ผู้ประกอบการมองว่าสามารถจัดการได้

ส่วนชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ใช้วิธีการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้ง กรณีศึกษาปัญหาขยะและปัญหาความปลอดภัย ด้วยวิธีการร่วมมือเป็นหลัก ซึ่งเป็นวิธีการที่เน้นผลลัพธ์และความสัมพันธ์สูง ร่วมเก็บขยะด้วยจิตสำนึกรักชุมชนอย่างแท้จริง วิธีการต่อมา คือ วิธีการประนีประนอม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหาวิธีการจัดการขยะด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังเลือกใช้วิธีการแข่งขัน ซึ่งเป็นวิธีการที่เน้นผลลัพธ์สูง โดยการพยายามประชาสัมพันธ์ชุมชนของตนเองว่าเป็นชุมชนที่มีความปลอดภัยสูง และได้รับการจัดลำดับให้เป็นเกาะที่น่าอยู่ที่สุดในโลก (ยาสุ.2558)

4) การสื่อสารเพื่อการต่อรอง การใช้อำนาจ และการปรับตัวของชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองและชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่

4.1 การสื่อสารเพื่อการต่อรองในชุมชนการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง มีการต่อรองทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ส่วนชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ต่อรองด้านศาสนาและวัฒนธรรมเป็นหลัก ดังที่ John M. Ivancevich (2005) กล่าวว่า องค์ประกอบของการต่อรอง ประกอบด้วย ความขัดแย้ง การพึ่งพากัน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และการหาทางออก ดังนั้นความขัดแย้งด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวชุมชนป่าตอง เกิดขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องพึ่งพา

ผลประโยชน์ร่วมกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงสื่อสารผ่านการรวมตัวกันเป็นกลุ่มสมาคม ชมรม หรือสหพันธ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและสร้างอำนาจในการต่อรอง เพื่อนำไปสู่ การหาทางออกด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวร่วมกัน ส่วนชุมชนการท่องเที่ยว เกาะยาวใหญ่ กำหนดกติกาชุมชนเขตปลอด 5 ส เป็นเครื่องมือในการต่อรอง แต่มี ข้อยกเว้นสำหรับชาวบ้านที่นับถือศาสนาพุทธและผู้ประกอบการ ซึ่งควรปฏิบัติในเขต พื้นที่ที่กำหนดเท่านั้น การต่อรองลักษณะดังกล่าวถือว่าการต่อรองเน้นข้อยุติแบบ win-win ดังที่ Greenberg and Baron (1997) กล่าวว่า บางทีสิ่งที่สำคัญมากที่สุดของการต่อรองที่ประสบความสำเร็จ คือ การได้ข้อยุติเป็นที่พอใจทั้งฝ่ายชาวบ้านและผู้ประกอบการ รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบและปัจจัยที่มีผลต่อการต่อรองในทัศนะของ สรรพพัชญ์ เลี้ยววาริณ (2554) ชี้ให้เห็นว่า การต่อรองเป็นกระบวนการของกลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้เสียหรือมีข้อขัดแย้งกัน ตั้งใจที่จะใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ เจรจาประสาน ประโยชน์ ต่ อรอง ปรับแก้ประเด็นที่แตกต่าง ค้นหาทางออกที่ยอมรับได้ด้วย การ ประนีประนอม นำไปสู่ข้อตกลงที่มีผลผูกพัน และเป็นที่พอใจของทุกฝ่าย เช่นเดียวกับ ยืนจดหมายถึงนายกรัฐมนตรีเพื่อต่อการขยายเวลาเปิด-ปิดสถานบันเทิงในซอยบาง ลา ป่าตอง ไม่ให้ผู้ประกอบการสูญเสียรายได้ต่อคืนไปอย่างมหาศาล นักท่องเที่ยวจะได้มีที่เที่ยวยามค่ำคืน และพนักงานในสถานประกอบการจะได้มีรายได้เลี้ยงครอบครัว ต่อไป รอย เจ เลวีกี และคณะ (2555) กล่าวว่า เป้าหมายของความขัดแย้งที่แท้จริง แล้ว คือ ความเป็นหนึ่งเดียว ความกลมกลืน และพยายามให้ทุกฝ่ายกลับมารวมเป็น หนึ่งเดียวอีกครั้ง สุดท้ายผลที่ออกมาจะดีที่สุดต่อทุกฝ่าย จะเห็นได้จากการหาทางออก ของปัญหาความขัดแย้งในชุมชนเกาะยาวใหญ่ พบว่า มีการรวมตัวของชาวบ้าน พร้อม ใจกันเข้าร่วมประชุมเพื่อหาทางออกของปัญหาร่วมกันอยู่เสมอ แต่สำหรับการ แก้ปัญหาความขัดแย้งโดยการจัดระเบียบชายหาด ตามนโยบายรัฐบาลคณะรักษา ความสงบแห่งชาติ (คสช.) ก็ยังปรากฏการต่อรองเกิดขึ้นอยู่ ไม่ว่าจะเป็นมาตรการเพื่อ ต่อรองให้ผู้ประกอบใช้พื้นที่ชายหาดได้ร้อยละ 10 หรือการสร้างเตียงทรายขึ้นมาแทน เตียงผ้าใบเพื่อหาทางออกให้แก่นักท่องเที่ยว

4.2 การใช้อำนาจเพื่อการต่อรองในชุมชนการท่องเที่ยว ในชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง พบอำนาจด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในมือของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนอำนาจทางธุรกิจท่องเที่ยวอยู่กับผู้ประกอบการ สำหรับอำนาจในการต่อรองของชุมชนเกาะยาวใหญ่ ขึ้นอยู่กับผู้นำทางศาสนาและชาวบ้านในชุมชนและงานวิจัยของ ชาว สมอาษา (2552) ซึ่งเห็นว่าอำนาจในการต่อรองอาจจะมีมาจากพลังที่เหนือธรรมชาติเพื่อต่อรองกับอำนาจภายนอกที่เข้ามากระทบชุมชน ซึ่ง รอย เจ เลวีกี และคณะ (2555) กล่าวถึงแหล่งที่มาของอำนาจ 3 แหล่ง ได้แก่ ข้อมูลกับความเชี่ยวชาญ การควบคุมทรัพยากร และจุดยืนของคนในองค์กรหรือในชุมชน การใช้ อำนาจดังกล่าวเห็นได้ชัดเจนจากการกำหนดกติกาชุมชนเขตปลอด 5 ส ไว้เป็นแนวปฏิบัติในชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ โดยมีผู้นำทางศาสนาหรือโต๊ะอิหม่ามผู้เชี่ยวชาญด้านศาสนาอิสลามเข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดกติกาชุมชนรวมทั้งบทบาทต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนและที่สำคัญชาวบ้านในชุมชนแห่งนี้มีจุดยืนชัดเจนในการดูแลรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ยังคงความอุดมสมบูรณ์ เพราะเป็นแหล่งทำมาหาเลี้ยงชีพให้แก่คนในชุมชนมายาวนาน

ในชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง พบการใช้อำนาจจากการใช้กฎและอำนาจจากการบีบบังคับ หากผู้ประกอบการไม่ยอมปฏิบัติตามมาตรการที่ทางเทศบาลกำหนดไว้ได้ ก็ไม่สามารถประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวบริเวณนั้นได้ จากแนวคิดของ เฟรนช์และราเวน (ม.ป.ป., อ้างถึงใน รอย เจ เลวีกี และคณะ, 2007/2555) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดมศิลป์ ปิ่นสุข (2552) กล่าวถึง อำนาจจากการบังคับบัญชา กรณีการจัดระเบียบชายหาดสาธารณะป่าตอง เพื่อสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำจากการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ซึ่งงานวิจัยของ ปภัสสรา บัวเจริญ (2557) พบว่า เมื่อรัฐเข้ามาดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างรัฐกับชุมชน รัฐจึงลดความขัดแย้งโดยการจัดการร่วมสร้างเป้าหมายอื่นเหนือความขัดแย้งและใช้อำนาจแฝงในการเสริมแรงด้วยการสร้างงานให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดการต่อรองเกี่ยวกับความชอบธรรมในการใช้ทรัพยากร เกิดกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดกฎกติกาเพื่อการจัดสรรทรัพยากรอย่างทั่วถึง เป็นธรรมและพยายามแสวงหาจุดร่วมในการจัดการทรัพยากรระหว่างกัน จากแนวคิดของ รอย

เจ เลวิกกี และคณะ (2007/2555) สอดคล้องกับวิธีการใช้อำนาจและการสื่อสารเพื่อการปรับตัวที่พบในชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ คือ มีการใช้อำนาจที่เท่าเทียมกัน หรือใช้ไปเพื่อทำงานร่วมกันเพื่อสร้างผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว โดยไม่สูญเสียทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน เป็นวิธีการใช้อำนาจที่มีความสำคัญในการต่อรองแบบบูรณาการ ผู้มีอำนาจแต่ละฝ่ายต่างพัฒนาและแบ่งปันอำนาจซึ่งกันและกัน ผู้ที่ได้รับอำนาจจะรู้สึกว่าตัวเองมีอำนาจมากขึ้นและเป็นอิสระมากขึ้น

4.3 การสื่อสารเพื่อการปรับตัวของชุมชนการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนการท่องเที่ยวป่าตองมีการสื่อสารเพื่อการปรับตัวเข้าหานักท่องเที่ยว ในขณะที่ชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวปรับตัวเข้าหาวิถีชีวิตชุมชนมุสลิม ผกาพรณ จันทรเพิ่ม (2557) กล่าวว่า คนที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป สามารถเรียนรู้จนเกิดการยอมรับวัฒนธรรมใหม่ได้ แต่ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ติดตัวมาก็ยังคงอยู่ และแสดงออกมาได้ ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ถือเป็นกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม หรือเรียกว่า “acculturation” ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนเกาะยาวใหญ่ งานวิจัยของ ปัทมาภรณ์ ธรรมทัต (2543) กล่าวว่า หากต้องการอยู่ในวัฒนธรรมใหม่อย่างมีความสุขต้องอาศัยการปรับตัวโดยการศึกษาข้อมูลก่อนการเดินทาง ในขณะเดียวกันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนเกาะยาวใหญ่เริ่มมีการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาต่างประเทศ และปรับเปลี่ยนมาประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น จากงานวิจัยของ พิมพาภรณ์ สุวดีทิกุล และคณะ (2544) ชี้ให้เห็นว่าหากชุมชนเกาะยาวใหญ่ต้องการพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศเพื่อเป็นเจ้าบ้านที่ดีร่วมกับการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา ความเป็นมิตร สุภาพ มีการบริการที่ดี ซึ่งสะท้อนออกมาจากน้ำใจที่พร้อมจะช่วยเหลือของคนไทย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจได้ และหากชุมชนต้องการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่าง ซาโมวา (ม.ป.ป., อ้างถึงใน พิชชาภพ พันธุ์แพ, 2552) เสนอแนะว่า คนในชุมชนต้องพยายามขจัดความคิดที่ว่า ตนเองเหนือกว่าผู้อื่นออกไป เพราะหากทั้งสองฝ่ายต่างคิดว่าตนเองเหนือกว่า จะทำให้การปรับตัวเป็นไปอย่างยากลำบาก การขาดทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสาร จะเป็นอุปสรรคสำคัญใน

การปรับตัวในวัฒนธรรมที่แตกต่าง เกิดความยากลำบากในการรับรู้ความคิด และทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแย่ง การเรียนรู้วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมของวัฒนธรรมต่างๆ ทำให้เราตระหนักถึงวัฒนธรรมนั้นอย่างถ่องแท้

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดขั้นตอนการเกิดความตระหนักทางวัฒนธรรม และการปรับตัว ของ Brain Hennessy (2012) มาใช้การวิเคราะห์ชุมชนการท่องเที่ยวพบว่า ชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ มีแต่ละขั้นตอนประกอบด้วย ขั้นที่ 1 The honeymoon or tourist phase ชุมชนเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เมื่อ 15 ปีที่ผ่านมาและพัฒนาอย่างช้าๆ ค่อยเป็นค่อยไป ขั้นที่ 2 The crises or cultural shock phase ชาวบ้านเกิดความกังวลกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ไม่อยากเป็นเหมือนการท่องเที่ยวเกาะพีพี ขั้นที่ 3 The adjustment reorientation and gradual recovery phase กำหนดกติกาชุมชนเขตปลอด 5S เป็นแนวปฏิบัติสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็พยายามเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างของนักท่องเที่ยว และ ขั้นที่ 4 The adaptation phase แม้ชุมชนไม่สามารถปรับตัวได้ทั้งหมด แต่ยอมรับธุรกิจการท่องเที่ยวมากขึ้น ด้วยชุมชนมีวัฒนธรรมและศาสนาที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นศักยภาพในการต่อการกับการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก และผู้มีส่วนได้ส่วนได้เข้าใจยอมรับ และปรับตัวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน

ชุมชนการท่องเที่ยวป่าตอง มีแต่ละขั้นตอนประกอบด้วยตามแนวคิดของ ของ Brain Hennessy (2012) เช่นกัน พบว่า ขั้นที่ 1 The honeymoon or tourist phase กว่า 50 ปีของเส้นทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีทุนทางกายภาพที่สวยงามและมีชื่อเสียง โดยการสนับสนุน ส่งเสริม และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้นทุกปี ขั้นที่ 2 The crises or cultural shock phase เมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัญหาความขัดแย้งตามมามากมายและมีระดับที่รุนแรง ซึ่งมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์และเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ขั้นที่ 3 The adjustment reorientation and gradual recovery phase ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เกิดการปรับตัว ยอมรับการเปลี่ยนแปลง มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ กลายเป็นคนแปลกหน้า แต่ละวันต้องทำมาหากิน และ ขั้นที่ 4 The adaptation phase ชุมชนป่าตองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกชุมชนมีส่วน

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เรียนรู้ ยอมรับ และปรับเปลี่ยนไปตามความแตกต่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวชุมชนป่าตองขยายตัวถึงขีดสุด ความขัดแย้งด้านการท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นหลากหลายและมีระดับที่เข้มข้น แต่ชาวบ้านส่วนใหญ่เลือกปิดหูปิดตา เพราะเรื่องผลประโยชน์จากรุกิจการท่องเที่ยวและความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ บางครั้งจำเป็นต้องยอม “เสียเกลือ อย่าให้เนื้อเน่า” ยอมเสียผลประโยชน์น้อยเพื่อรักษาส่วนใหญ่ไว้ ยอมรับมาตรการจัดระเบียบชายหาด ยอมจ่ายค่าทำขวัญเพื่อไม่ให้เสียชื่อเสียง และรักษาภาพลักษณ์เพื่อร่วมอาชีพไว้

ตาราง สรุปการศึกษาเปรียบเทียบการสื่อสารเพื่อการต่อรองกับความขัดแย้ง และการปรับตัวของชุมชนการท่องเที่ยว

ที่	ประเด็น	ชุมชนป่าตอง	จุดร่วม	ชุมชนเกาะยาวใหญ่
1	ลักษณะการท่องเที่ยว	เน้น Mass Tourism เชิงพาณิชย์	Mass Tourism (เกาะยาวใหญ่เน้นเชิงวิถีชีวิตชุมชน)	เริ่มต้นจาก Alternative Tourism
2	การจัดการด้านการท่องเที่ยว	องค์กรภายนอกชุมชนและบางส่วนชุมชนช่วยกันจัดการ	ชุมชนพยายามรักษาความเป็นชุมชนของตนไว้	ส่วนใหญ่ชุมชนจัดการกันเอง
3	ทุนชุมชน	ทุนเศรษฐกิจ + ทุนสัญลักษณ์	ทุนเศรษฐกิจ	ทุนวัฒนธรรม + ทุนสังคม
4	ประเด็นความขัดแย้ง	เศรษฐกิจเป็นหลัก	เศรษฐกิจการท่องเที่ยว	ศาสนาและวัฒนธรรมเป็นหลัก
5	บริบททางวัฒนธรรม	สังคมเปิด/ ยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม	ยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว	สังคมปิด/ เริ่มยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างแต่คงวัฒนธรรมเดิมไว้
6	การสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้ง	พรบ./ กฎ/ ระเบียบ/ ข้อตกลง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม	นโยบายรัฐบาล คสช./ กฎ ข้อบังคับของท้องถิ่น	พูดคุย/ ไกลเกลียด/ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
7	ใช้อำนาจในการต่อรอง	ผู้ประกอบการ/ หน่วยงานภาครัฐ อำนาจที่เหนือกว่า/ ไม่	อำนาจของผู้นำชุมชน	ชาวบ้าน อำนาจที่เท่าเทียม/ ไม่อ่อน

ที่	ประเด็น	ชุมชนปาดอง	จุดร่วม	ชุมชนเกาะยาวใหญ่
		แข็ง		
8	การสื่อสารเพื่อการต่อรอง	รวมกลุ่ม/ ยื่นเอกสาร/ สื่อมวลชน	รวมตัวกันเพื่อต่อรอง	ประชุมชี้แจง/ ขอความร่วมมือ/ กติกาชุมชน
9	การสื่อสารเพื่อการปรับตัว	ยอมรับ/ ปฏิบัติตามกฎหมาย/ ตั้งหน้าตั้งตาทำมาหากิน/ หาช่องทางอื่นๆ	ปรับตัวด้านการท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ/ นักท่องเที่ยวปรับตัวเข้าหาชุมชน
10	บนหน้าตักของชุมชน	ผลประโยชน์/ความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ	เศรษฐกิจ	ศาสนาและวัฒนธรรม
11	รูปแบบการสื่อสาร	พบเห็น Top down comm. บ่อยครั้ง/ ความขัดแย้งยุติได้เร็ว	Multidirectional comm.	ให้ความสำคัญกับ Bottom up comm./ พบเห็น Horizontal

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์

1) จุดเด่นของการท่องเที่ยวแบบมวลชน คือ สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นกอบเป็นกำ ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศ แต่เมื่อมีปริมาณนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก เกิดการแข่งขันด้านราคา เกิดปัญหาที่พ่วงมากับการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม ปัญหาด้านการจัดการขยะ ปัญหาด้านความปลอดภัย ส่วนการท่องเที่ยวทางเลือกมีจุดเด่น คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามามีความตั้งใจ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ เข้าใจวัฒนธรรมของชุมชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนไม่เสื่อมโทรม แต่ไม่สามารถสร้างรายได้มากพอ และไม่จูงใจให้เกิดการลงทุนจากผู้ประกอบการ

2) ชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ ขาดการเก็บข้อมูลด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ควรมีหน่วยงานรับผิดชอบหลักเพื่อจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี ด้วยชุมชนมีลักษณะแบบปิดการเดินทางคมนาคมเพื่อเข้าออกชุมชนค่อนข้างยากลำบากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น

และยังไม่เปิดรับการท่องเที่ยวแบบเต็มตัว แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ มีกำลังซื้อสูง มีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว ตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวจึงควรเก็บข้อมูลไว้เป็นอำนาจในการต่อรองเพื่อของบประมาณสนับสนุนเพื่อการพัฒนาชุมชนต่อไป

3) การเติบโตด้านการท่องเที่ยวของชุมชนป่าตองทำให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ทุนเศรษฐกิจแบ่งบาน แต่ทุนชุมชนหายไป แม้ชาวบ้านจะพยายามรักษาพื้นที่ความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิมหรือแบ่งเขตชุมชนที่อยู่อาศัยออกไปจากเขตประกอบการท่องเที่ยว แต่การหารายได้จากการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวยังมีความสำคัญมากกว่า ดังนั้นการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกและการนำเอาจากทางวัฒนธรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว เพื่ออนุรักษ์ สืบสาน และแทรกซึมวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่าของชุมชนป่าตองให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส จัดไว้ในรายการนำเที่ยวหรือกิจกรรมพิเศษต่างๆ

4) ชุมชนการท่องเที่ยวเกาะยาวใหญ่ มีจุดเด่นด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นแหล่งเลี้ยงปากท้องของชาวบ้าน มีจิตสำนึกสาธารณะอย่างแท้จริง มีความสามัคคี ร่วมแรงร่วมใจกัน และพยายามรักษาความเป็นชุมชนมุสลิมไว้อย่างเข้มแข็ง เมื่อการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน ชาวบ้านก็ต้องการปรับตัวเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ชุมชนแห่งนี้เปรียบเสมือนสาววัยแรกรุ่นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาปกป้องแต่ด้วยขาดทักษะความรู้ทางธุรกิจท่องเที่ยว ไม่รู้จะปรับตัวอย่างไร ที่สำคัญคือขาดหน่วยงานที่เข้ามาช่วยบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ แม้แต่ผู้ประกอบการเองก็ยังไม่กล้าเข้ามาลงทุนมากนัก เพราะกติกามุสลิมเข้มแข็งจนผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจรู้สึกอึดอัดใจ

5) แม้การจัดการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนป่าตองจะเป็นเรื่องยาก เพราะปัญหาที่เกิดขึ้นหยั่งรากลึก แต่สามารถดำเนินการแบบค่อยเป็นค่อยไปได้ โดยการจับมือร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน สร้างความเข้าใจร่วมกัน มีความโปร่งใส สร้างการยอมรับ และสร้างจิตสำนึกให้ค่อยๆ เกิดขึ้น แต่การบังคับใช้กฎหมายยังจำเป็นต้องทำอย่างจริงจัง เห็นผลเชิงประจักษ์ ไม่ทำแบบฉาบฉวย และ

รัฐบาลควรแสดงความใส่ใจในความขัดแย้งรับเรื่อง และเร่งแก้ปัญหาหนี้ให้เป็นรูปธรรม รวดเร็วตามสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

เอกสารอ้างอิง

- Brain Hennessy. (2012). *Cultural adaptation in China*. Retrieved September 28, 2012 China Australia Consult.
- Brianne C. Busey. (2014). *Conflict and Tourism in Uganda*. Portland State University. United States of America.
- Greenberg, J. & Baron, R. A. (1997). *Behavior in organizations understanding and managing the human side of work*. (6thed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 308.
- John M. Ivancevich, Robert Kenopaske and Michael T. Matteson. (2005). *Organizational and Behavior Management*. (7ed). Chapter11 Managing Conflict and Negotiations. McGraw-Hill/ Irwan.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2553). **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์
- ขาว สมอาษา. (2552). **การต่อรองเชิงอำนาจเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ของชาวมชนบ่อพันขัน**. คุชฎินิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา ศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ชิตาภา สุขพล้ำ. (2548). **การสื่อสารระหว่างบุคคล**. โอเดียนสโตร์. กรุงเทพฯ.
- ฐาปกรณ์ อุบลกุล. (2554). **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับความสามารถในการ ต่อรองเชิงอำนาจ กรณีศึกษาชนเผ่าปะหล่อง หมู่บ้านปางแดงใน อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการใช้ดินและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน. มหาวิทยาลัย แม่โจ้, เชียงใหม่.

- ณัฏฐ์ เขียวงาม. (2556). **บทบาทผู้นำชุมชนกับการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในชุมชน กรณีศึกษาเทศบาลเมืองบางมูลนาก จังหวัดพิจิตร**. สาขาวิชา รัฐศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- บัณฑิตา จารุมา นิลปัทม์. (2555). **ทำความเข้าใจ “บุคคลที่สาม ผู้แทรกแซง สถานการณ์ความขัดแย้ง”**. เรียกใช้เมื่อ 9 เมษายน 2558 จาก <http://www.deepsouthwatch.org/node/2969>
- ปภัสนรา บัวเจริญ. (2557). **ความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาน้ำพุร้อนสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารองค์การภาครัฐและเอกชน. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ปัทมาภรณ์ ธรรมทัต (2543). **กระบวนการให้สารสนเทศเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมของบุคลากรต่างชาติในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บรรณารักษศาสตร์และ สารนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ผกาวรรณ จันทรเพิ่ม. (2557). **การปรับตัวท่ามกลางวัฒนธรรมที่หลากหลาย**. เรียกใช้เมื่อ 9 เมษายน 2558 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/545920>
- พัชรภา เอื้ออมรวิช. (2558). **การสื่อสารภายใต้มิติความหลากหลายทางวัฒนธรรมตามแนวคิด Geert Hofstede**. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 47 มกราคม - เมษายน 2560
- พิชาภพ พันธุ์แพ. (2552). **การจัดการมิติต่างๆ ทางวัฒนธรรม**. ดีเค็อบบี. พิษณุโลก.
- พิมพ์ภรณ์ สุวัฒน์กุล และคณะ. (2546). **การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- ภาคภูมิ ทิพคุณ. (2556). **บรรณาธิการแถลง. จดหมายข่าว TRF Policy Bulletin. ปีที่ 3 เล่มที่ 11 2556 หน้า 2.**

- ยาฐ. (2558). **การจัดลำดับเกาะที่ยังคงงดงามที่สุดในโลก**. สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ออกอากาศ เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2558.
- รอย เจ เลวิกกี และคณะ. (2555). **กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง. แปลจาก Essentials of Negotiation, 4th Edition** แปลโดย วิบูล จารุงวงศ์วิเศษ และ นิสิต มโนตั้งวรพันธุ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ.
- ลีโอนาร์โด เจ มาร์คัส และคณะ. (2552). **เจรจาแนวใหม่ มิติแห่งการป้องกันและระงับความขัดแย้งในที่งานและระบบสุขภาพ. แปลจาก Renegotiating Health Care: Resolving Conflict to Build Collaboration** แปลโดย บรรพต ดันธีรวงศ์ กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ
- แลนโด ซาย และคณะ. (2549). **การจัดการความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท, 2549 พิมพ์ครั้งที่ 1
- สรรพชัย เลี้ยววาริณ. (2554). **องค์ประกอบที่สำคัญของการเจรจาต่อรอง** เรียกใช้เมื่อ 9 เมษายน 2558 จาก http://www.bizzbackup.co.th/backup_blogscomment.php?blogsid=18
- สาระดีดอทคอม. (ม.ป.ป.). **รูปแบบการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ**. เรียกใช้เมื่อ 9 เมษายน 2558 จาก http://www.saradd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=216:effective-communication-patterns&catid=25:the-project&Itemid=72
- อุดมศิลป์ ปิ่นสุข. (2552). **อำนาจในการต่อรอง**. เรียกใช้เมื่อ 9 เมษายน 2558 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/273462>
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). **พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์การ**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ