

รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป
อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร
มกราคม 2563
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร


วิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง
จังหวัดพิษณุโลก”

ของ นางสาวปริญญามาศ นิลศิริ


ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ดร.รดี ชนารักษ์)


.....ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข ธรรมรัตน์)


.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ศรีพันธ์)


.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา ชาญวิชัย)

อนุมัติ


.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล มุณีสว่าง)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

27 ม.ค. 2563

ประกาศคุณูปการ

จากการศึกษาในระดับปริญญาโทหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีในครั้งนี้ก็ด้วยความเมตตา กรุณา ของผู้ส่งเสริมสนับสนุนทุก ๆ ท่าน ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พูนสุข ภาระมรทัต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ท่านได้ให้ความกรุณารับเป็นที่ปรึกษา ให้คำปรึกษาให้กำลังใจที่เปี่ยมไปด้วยความเมตตาต่อลูกศิษย์ในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่ต้นจนสำเร็จการศึกษา ขอกราบขอบพระคุณ ดร. รติ ธนารักษ์ ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ท่านให้ความกรุณา เมตตาต่อนิสิตและได้เสียสละเวลาเดินทางจากจังหวัดอุดรธานี เพื่อมาทำการสอบวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา ชาญวิชัย อาจารย์ผู้ให้ความรู้ อบรม สั่งสอน ให้กำลังใจต่อลูกศิษย์ตลอดการเรียนรู้อันในระดับมหาบัณฑิตตลอดมา ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ อาจารย์ที่มอบความรู้ อบรม สั่งสอน เมตตา กรุณา และมอบความหวังดีต่อลูกศิษย์คนนี้ตั้งแต่การเริ่มเรียนระดับปริญญาโท และขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา ศรีพันธ์ เป็นอย่างสูงที่ท่านได้กรุณา เมตตาเป็นที่ปรึกษา ให้ความรัก ความรู้ ให้โอกาสและใช้ความอดทนในการให้คำแนะนำ อบรม สั่งสอน สิ่งที่มีคุณค่าเป็นอย่างยิ่ง ส่งผลอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของลูกศิษย์ตลอดระยะเวลาในการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยนเรศวร และขอกราบขอบพระคุณ ผู้ใหญ่สุชาติดา คล้ายสุวรรณ ที่คอยอำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่รวบรวมข้อมูลวิจัยให้สำเร็จ ลุล่วงเป็นอย่างดี และขอขอบคุณ พี่จอย พี่อาร์ม พี่น้อม พี่ภูมิ สำหรับคำแนะนำ กำลังใจ ความรัก ความหวังดีตลอดมา รวมไปถึงเพื่อน ๆ MCM ทุกท่านที่ได้ร่วมเรียนรู้และผ่านอุปสรรคต่าง ๆ มาด้วยกันตลอดระยะเวลาในการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วน ตั้งต่อบุคคล ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

ปริญญามาศ นิลศิริ

| | |
|-----------------|--|
| ชื่อเรื่อง | รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก |
| ผู้ศึกษาค้นคว้า | ปริญญา มาศ นิลศิริ |
| สถานที่ศึกษา | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข ภาระมรทัต |
| ประเภทสารนิพนธ์ | วิทยานิพนธ์ นศ.ม. สาขาวิชาการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2562 |
| คำสำคัญ | รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป |

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก และเพื่อสร้างร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การจัดการสนทนากลุ่ม ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 14 คน ประกอบด้วย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ นักวิชาการเกษตรตำบลพันชาติ ตัวแทนผู้รับผิดชอบตำบลพันชาติ ผู้ใหญ่บ้านในชุมชนตำบลพันชาติ วิทยากรผู้มีความรู้ และผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษา พบว่าสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก มีรายละเอียดดังนี้ ด้านรูปแบบการสื่อสาร ประกอบด้วย การสื่อสารแบบเป็นทางการและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ 2 ทิศทางการสื่อสาร ประกอบด้วย การสื่อสารแบบทางเดียว การสื่อสารแบบสองทาง โดยใช้ช่องทางการสื่อสารแบบแนวตั้ง แนวตั้ง แนวนอนและแนวไขว้ ด้านสาร ประกอบด้วย สารภายในชุมชน ได้แก่ ข่าวสารโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป ข่าวสารโครงการต่าง ๆ และสารจากภายนอกชุมชน ได้แก่ ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป ด้านสื่อ ประกอบด้วย สื่อในชุมชน คือ คนในชุมชน สื่อภายนอกชุมชน คือ วิทยากรผู้มีความรู้ สื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม และ สื่อใหม่ คือ Facebook Line Website ด้านผู้รับสาร คือ 1) รูปแบบการรับสารแบบเป็นทางการ รูปแบบการรับสารแบบไม่เป็นทางการ 2) ทิศทางการรับสารแบบทางเดียว ทิศทางการรับสารแบบสองทาง และมีช่องทางการรับสารแบบแนวตั้ง แนวตั้ง แนวนอนและแนวไขว้

5. อุปสรรคทางการสื่อสารและการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี คือ 1) อุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปที่ยังไม่สามารถเลือกผลิตภัณฑ์เด่น ๆ ของกลุ่มได้ 2) อุปสรรคด้านผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปที่ไม่มีความหลากหลายของวัยที่ปฏิบัติงานร่วมกันขาดการสื่อสารประชาสัมพันธ์ 3) ปัญหาด้านยอมรับนวัตกรรมที่สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุยังไม่มีความพร้อมในการรับนวัตกรรมและการตัดสินใจได้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบการสื่อสาร หรือโมเดลการสื่อสาร ที่มีชื่อว่า PICON Model โดยจากแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) P Participation คือ การมีส่วนร่วมในการทำงานที่แสดงถึงความต้องการเข้าร่วมและพร้อมเปิด โอกาสให้สมาชิกในกลุ่มมีสิทธิในกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ 2) I Innovation Product คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปที่มีความต้องการ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้มาในรูปแบบใหม่ที่เกิดจากกระบวนการต่าง ๆ 3) C Communication คือ การใช้การสื่อสารที่หลากหลายครอบคลุมต่อการดำเนินการพัฒนา ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป รวมไปถึงการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4) O Optional คือ การตัดสินใจในการแสดงความต้องการและกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์ และขับเคลื่อนการ พัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเป็นการตัดสินใจของตัวบุคคลหรือกลุ่มภายในชุมชนที่ต้องการ แสวงหาความรู้ในการแปรรูปมะม่วง 5) N Network คือ การสร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสาร ระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เอกชน บุคลากรทางการศึกษา และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปรวมถึง เยาวชนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีบทบาทส่วนร่วมในการขับเคลื่อนพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของ ชุมชน

Title COMMUNICATION MODEL FOR THE DEVELOPMENT OF
INNOVATIVE PRODUCTION PROCESS OF MANGO IN
WANGTHONG DISTRICT, PHITSANULOK PROVINCE

Author Parinyamas Nilsiri

Advisor Assistant Professor Poonsuk Pramoratat, Ph.D.

Academic Paper Thesis M.Comm. Arts in Communication,
Naresuan University, 2019

Keywords Communication model for the development of innovative,
Participation communication, Mango products

ABSTRACT

The research on communication model for the development of Innovative production process of mango in Wangthong district, Phitsanulok province, is aimed to study the current communications state for the development of innovative mango products in Wangthong district, Phitsanulok province, and to create a communication model for the development of Innovative production process of mango in Wangthong district, Phitsanulok province. This piece of work is a qualitative research using in-depth interview, focus group and participation observation with 14 primary informants i.e. the chief executive of Panchali sub-district, representatives from agricultures sector of Panchali sub-district, representatives of Panchali sub-district, the headman of Panchali sub-district, the lecturer from mango products and the producers of mango products.

Result of 1st objective, the current communications state for the development of innovative mango products in Wangthong district, Phitsanulok province, reveals the communication as follows: 1) Sender – 1.1) Formal communication, Informal communication 1.2) Downward communication, Upward communication, Horizontal communication, Diagonal communication and Two-way communication, One-way communication. 2) Message – 2.1) Project for development mango products new and Information new. 2.2) The knowledge of processed mango products 3) Media – 3.1) Human media 3.2) Specialized Media 3.3) New Media 4) Receiver – 4.1) Formal communication,

Informal communication 4.2) Downward communication, Upward communication, Horizontal communication, Diagonal communication and Two-way communication, One-way communication. 5) Feedback – reveals of obstacles and problem as follows: 1) problems of obstacles to processed mango products which are can't able to select the signature products of the group. 2) problems of obstacles to the product manufacturers are elders. As a result, they haven't experience about group advertising. 3) problems of obstacles in accepting new innovations, product manufacturers don't understand how to use the new innovations for the production of products.

Result of 2nd objective, a create a communication model for the development of Innovative production process of mango in Wangthong district, Phitsanulok province. The researchers have come up with a communication model so called "PICON" which is based on the concept of communication for the development of Innovation and the concept of participatory communication. The model consists of the following: 1) Participation in work to show interest and be open to opportunities for members of the group to participate in all work process. 2) I Innovation Products to satisfy of processed mango manufacturers who want to develop new mango products from production process are diversified. 3) C Comprehensive communication for the development of processed mango products and media selection process for a new product development. 4) O Optional to express needs, set goals, objectives and driving the development of processed mango products is a decision by a person or group within the community seeking knowledge about mango processing. 5) N Network is a network of communication between government agencies, private company, education personnel, processed mango manufacturers, including youth to have a role of development to community's processed mango products.

สารบัญ

| บทที่ | หน้า |
|---|------|
| 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาของปัญหา..... | 1 |
| คำถามการวิจัย..... | 7 |
| วัตถุประสงค์..... | 7 |
| ขอบเขตการวิจัย..... | 7 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 10 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 10 |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 12 |
| แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรม..... | 12 |
| แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม..... | 46 |
| แนวคิดการสร้างเครือข่ายสังคม..... | 57 |
| บริบทพื้นที่ตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก..... | 64 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 67 |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 75 |
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... | 76 |
| การวิจัยเชิงคุณภาพ..... | 76 |
| วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการ พัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก..... | 77 |
| ผู้ให้ข้อมูลหลัก..... | 78 |
| เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก..... | 78 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 79 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 80 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 80 |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|---|------|
| วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรม | |
| การผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก..... | 80 |
| กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus group) | 80 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 81 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 82 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 82 |
| การตรวจสอบข้อมูล..... | 82 |
| การคืนข้อมูลให้ชุมชน..... | 82 |
| 4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรม | |
| ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก..... | 86 |
| ผู้ส่งสาร..... | 87 |
| สาร..... | 115 |
| สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร..... | 126 |
| ผู้รับสาร..... | 144 |
| ผลสะท้อนกลับ..... | 166 |
| ปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วง | |
| แปรรูปสำเร็จ..... | 171 |
| อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป..... | 174 |
| อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป..... | 177 |
| การสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป.. | 178 |
| 5 บทสรุป..... | 181 |
| สรุปผลการวิจัย..... | 181 |
| อภิปรายผลการวิจัย..... | 190 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 198 |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|----------------------|------|
| บรรณานุกรม..... | 200 |
| ภาคผนวก..... | 204 |
| ประวัติผู้วิจัย..... | 216 |



สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|-------------------------------|------|
| 1 เกณฑ์การคัดเลือกตำบล..... | 9 |
| 2 เกณฑ์การคัดเลือกตำบล 2..... | 77 |
| 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย..... | 83 |



สารบัญญภาพ

| ภาพ | หน้า |
|--|------|
| 1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารในลักษณะทางเดียว..... | 20 |
| 2 แสดงแบบจำลองการสื่อสารในลักษณะสองทาง..... | 21 |
| 3 แสดงแผนที่ตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก..... | 67 |
| 4 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 75 |
| 5 แสดงแผนภาพสรุปขั้นตอนวิธีการดำเนินงานวิจัย..... | 85 |
| 6 แสดงหออกระจายเสียงภายในหมู่บ้าน..... | 91 |
| 7 แสดงการประชุมประจำเดือนของหมู่บ้าน..... | 96 |
| 8 แสดงการประชุมการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป..... | 97 |
| 9 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารหลักในตำบลพันชาติ..... | 98 |
| 10 แสดงกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป..... | 102 |
| 11 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารรองในตำบลพันชาติ..... | 105 |
| 12 แสดงวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะม่วงในรูปแบบต่าง ๆ จากมหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก..... | 109 |
| 13 แสดงวิทยากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป จากมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรญาณ..... | 111 |
| 14 แสดงวิทยากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ มะม่วงแปรรูป จากมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรญาณ..... | 112 |
| 15 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารภายนอกตำบลพันชาติ..... | 113 |
| 16 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารในตำบลพันชาติ..... | 114 |
| 17 แสดงการประชุมของหมู่บ้าน..... | 117 |
| 18 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของสารในตำบลพันชาติ..... | 125 |
| 19 แสดงวาระการประชุมในตำบลพันชาติ ได้แก่ นายก อบต. พันชาติ ผู้ใหญ่บ้าน และหัวหน้าสมาชิกในตำบลพันชาติ โดยเป็นสื่อบุคคลที่เป็นผู้ชุมชน ของตำบลพันชาติ..... | 128 |

สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพ | | หน้า |
|-----|--|------|
| 20 | แสดงวิทยากรจากมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์มาสงเสริมเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้กับชาวบ้านตำบลพันชาติ โดยเป็นสื่อ บุคคลภายนอกชุมชน..... | 130 |
| 21 | แสดงป้ายไวนิลโครงการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง..... | 131 |
| 22 | แสดงเอกสารคู่มือประกอบการสอนการทำมะม่วงแปรรูปภายในโครงการพัฒนา ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง..... | 131 |
| 23 | แสดงการประชุมประจำเดือนของสมาชิกในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ..... | 133 |
| 24 | แสดงการประชุมประจำเดือนระหว่างผู้ใหญ่กับชาวบ้านในหมู่บ้าน..... | 134 |
| 25 | แสดงป้ายประชาสัมพันธ์งานประจำปีของหมู่บ้านตำบลพันชาติ..... | 136 |
| 26 | แสดงหออกระจายข่าวที่ใช้ในการประกาศแจ้งข่าวสารภายในหมู่บ้าน..... | 138 |
| 27 | แสดงป้ายประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ..... | 139 |
| 28 | แสดงเอกสารประกอบการสอนการทำมะม่วงแปรรูป..... | 140 |
| 29 | แสดงเว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ..... | 142 |
| 30 | แสดงเฟซบุ๊กขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ..... | 142 |
| 31 | แสดงแบบจำลองการสื่อสารของสื่อในตำบลพันชาติ..... | 143 |
| 32 | แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารหลักในตำบลพันชาติ..... | 152 |
| 33 | แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารรองในตำบลพันชาติ..... | 158 |
| 34 | แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารภายนอก ในตำบลพันชาติ..... | 164 |
| 35 | แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารในตำบลพันชาติ..... | 165 |
| 36 | แสดงแบบจำลองผลสะท้อนของกระบวนการรับสารภายในชุมชนตำบลพันชาติ..... | 170 |
| 37 | แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารสภาพปัจจุบันของการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป..... | 176 |

สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพ | หน้า |
|---|------|
| 38 แสดงโมเดล PICON การสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก..... | 178 |
| 39 แสดงโมเดล PICON การสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก 2..... | 188 |



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) อยู่ในห้วงเวลาของการปฏิรูปประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้านที่สั่งสมมานานท่ามกลาง สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้น การแข่งขันด้านเศรษฐกิจจะเข้มข้นมากขึ้น สังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็วและจะกระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ขณะที่ ประเทศไทยมีข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์เกือบทุกด้านและจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา ที่ชัดเจนขึ้น ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นับเป็นจังหวะเวลาที่ทำนายอย่างมากที่ประเทศไทยต้องปรับตัว ขนาดใหญ่ โดยจะต้องเร่งพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมให้เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกด้านเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยท่ามกลาง การแข่งขันในโลกที่รุนแรงขึ้นมากแต่ประเทศไทยมีข้อจำกัดหลายด้าน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2560)

ท่ามกลางปัญหาท้าทายหลากหลายที่เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศในระยะยาว ดังกล่าว ก็เป็นที่ตระหนักร่วมกันในทุกภาคส่วนว่าการพัฒนาประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว มี ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในระยะยาวได้นั้น ประเทศต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ในทุกด้าน ได้แก่ การเพิ่มการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ซึ่งต้อง ดำเนินการควบคู่กับการเร่งยกระดับทักษะฝีมือแรงงานกลุ่มที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงานและกลุ่มที่อยู่ใน ตลาดแรงงานในปัจจุบันให้สอดคล้องกับสาขาการผลิตและบริการเป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงด้าน เทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาคนในภาพรวมให้เป็นคนที่สมบูรณ์ในทุกช่วงวัยที่สามารถบริหารจัดการ การเปลี่ยนแปลงที่เป็นสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตได้อย่างดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทุนมนุษย์จากการยกระดับคุณภาพการศึกษา การเรียนรู้ การพัฒนาทักษะและยกระดับคุณภาพบริการสาธารณสุขให้ทั่วถึง ในทุกพื้นที่พร้อมทั้งต้องส่งเสริมบทบาทสถาบันทางสังคมในการกล่อมเกลาสรางคนดี มีวินัย มีค่านิยมที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2560)

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการต่อยอดจากความเชื่อมโยงเชิงกายภาพสู่การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและชุมชนตามแนวระเบียงเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายความเจริญในการพัฒนาชุมชน จังหวัดและเมืองตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ รวมถึงพื้นที่เชื่อมโยงอื่นภายในประเทศ และนับว่าเป็นช่วงเวลาประเทศไทยจะต้องดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกในการสร้างสังคมผู้ประกอบการและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปลงทุนในต่างประเทศอย่างจริงจังเพื่อสร้างผลตอบแทนจากทุนและศักยภาพทางธุรกิจ รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าในภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม

ยุทธศาสตร์ที่กำหนดในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 มี 10 ยุทธศาสตร์ซึ่งมีรายละเอียดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องนั้นเป็นการยากในการกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาให้มีรายละเอียดที่ชัดเจน ในแผนพัฒนาระยะยาว เพราะยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาจำเป็นต้องมีการกำหนดและปรับปรุงให้สอดคล้องกับเงื่อนไขและปัจจัยแวดล้อมในช่วงเวลานั้น ๆ จึงจะสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุดังกล่าวยุทธศาสตร์ชาติจึงเป็นการกำหนดกรอบที่เป็นประเด็นหลักของการพัฒนาประเทศที่ครอบคลุมมิติต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนทั้งในเรื่องการพัฒนาฐานการผลิตและบริการ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและคุณภาพชีวิตในเรืองกลไกและกฎระเบียบ รวมทั้งการพัฒนาทุนมนุษย์ ภายใต้การกำหนดและการยึดหลักการสำคัญของการพัฒนา

ดังนั้น ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จึงประกอบด้วยยุทธศาสตร์ชาติทั้ง 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ 2) ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมลดและความเหลื่อมล้ำในสังคม 3) ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน 4) ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 5) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน และ 6) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทยและประกอบกับอีก 4 ยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์และกลไกสนับสนุนให้การดำเนินยุทธศาสตร์ทั้ง 6 ด้านให้สัมฤทธิ์ผล ประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม 3) ยุทธศาสตร์ การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่

เศรษฐกิจ และ 4) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา (แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2560)

การพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมของประเทศไทย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับรูปแบบการดำเนินงานให้มุ่งเน้นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนเพื่อการวิจัย และพัฒนาโดยกำหนดประเด็นวิจัยของชาติที่ตอบโจทย์การยกระดับศักยภาพการผลิตของภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการที่เป็นฐานเดิมและการต่อยอดขยายฐานใหม่ด้วยการพัฒนานวัตกรรม รวมถึงการพัฒนา นวัตกรรมที่ยกระดับคุณภาพสังคมและการดำรงชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาสทางสังคม การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะสูง การพัฒนาหน่วยงานทดสอบและรับรองมาตรฐานในระดับสากล การดำเนินมาตรการเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย ระบบแรงจูงใจและระบบสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ กฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและการรับเทคโนโลยีจากต่างประเทศ รวมทั้งมีระบบบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพขึ้นมารองรับ เพื่อให้ประเทศไทยไม่อยู่ในสถานะเป็นเพียงแค่ผู้ซื้อและผู้รับถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศ แต่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีได้ด้วยตนเอง ในอนาคต

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 มุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี รูปแบบการดำเนินธุรกิจและการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้นคนในสังคมทั้งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวรและชั่วคราวและการพัฒนาต่อยอด รวมถึงการใช้นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูงซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง

ทั้งนี้ การพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จึงเป็น 5 ปีแรกของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) สู่การปฏิบัติโดยที่ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยได้กำหนดเป้าหมายอนาคตประเทศไทยในระยะ 20 ปีพร้อมทั้งประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางหลักที่จะขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายระยะยาวของประเทศที่ได้กำหนดไว้ โดยมีแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 เป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญที่สุดที่ถ่ายทอดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560- 2579) สู่การปฏิบัติในลำดับแรกที่ขับเคลื่อนไปสู่การบรรลุเป้าหมายในระยะยาวได้ในที่สุด โดยมีกลไกตามลำดับต่าง ๆ และกลไกเสริมอื่น ๆ ในการขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมาย ดังนั้น การพัฒนาในช่วง

5 ปีต่อจากนี้ไปจะเป็นช่วงที่มุ่งเน้นการพัฒนาบนฐานภูมิปัญญาที่เกิดจากการใช้ความรู้และทักษะการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาและการพัฒนานวัตกรรม นำมาใช้ในทุกด้านของการพัฒนา การพัฒนามีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขยายและสร้างฐานรายได้ใหม่ที่ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้นควบคู่ไปกับการต่อยอดฐานรายได้เดิมสังคมไทยมีคุณภาพและมีความเป็นธรรมโดยมีที่ยืนสำหรับทุกคนในสังคมและไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังและเป็นการพัฒนาที่เกิดจากการผนึกกำลังในการผลักดันขับเคลื่อนร่วมกันของทุกภาคส่วน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2560)

นวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการที่หลากหลายในการกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดความคิด (ideas) การคิดและทำในสิ่งที่แตกต่าง และเก็บเอาแนวความคิดดี ๆ ที่ได้จากการอบรมฝึกฝนมาใช้สร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถตีตลาดการค้าให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้อาจจะรวมไปถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการสร้างองค์ความรู้ที่ได้รับมาจากการประดิษฐ์คิดค้นและทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนา (บุญยวีร์ สุขรุ่งเรืองสันติ, 2552)

ด้วยเหตุนี้ การกำหนดกรอบแนวคิดและทิศทางการพัฒนาของแผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) จึงได้เน้นความต่อเนื่องกับแผนที่ผ่านมา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นศูนย์กลางการพัฒนาอย่างสมดุล มีการรวมกลุ่มเป็นสถาบันเกษตรกรในชุมชนต่าง ๆ เพื่อผลักดัน ให้สามารถดำเนินงานในรูปของธุรกิจเกษตรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ มาขยายผลและประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาการเกษตรในระยะต่อไป ถือเป็นก้าวสำคัญของการพัฒนาประเทศจากวิถีการทำเกษตรแบบดั้งเดิม ไปสู่การบริหารจัดการการเกษตรแบบสมัยใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสนับสนุนการผลิตสินค้าเกษตร ภายใต้นโยบายรัฐบาล ภายใต้วิสัยทัศน์ “ภาคเกษตรก้าวไกลด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลาดนำการผลิตชีวิตเกษตรมีคุณภาพ ทรัพยากรการเกษตรมีความสมดุลและยั่งยืน” ครอบคลุมการพัฒนาภาคการเกษตรใน 5 ยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย 1) การสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและสถาบันการเกษตร 2) การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทาน 3) การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 4) การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน และการพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559)

จะเห็นได้ว่า ยุทธศาสตร์ที่ 3 เพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและ นวัตกรรม เพื่อพัฒนาการเกษตรของประเทศให้มีศักยภาพ ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกโดยส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเกษตร

อย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาโดยกำหนดกรอบงานวิจัยและสร้างนวัตกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศการเกษตร และสร้างการเชื่อมโยงของข้อมูลอย่างเป็นระบบรวมถึงส่งเสริมกานำงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ประโยชน์เน้นการเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรรายย่อยและกลุ่มเกษตรกรเพื่อช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาภาคการเกษตรให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559)

จากที่กล่าวมา ทั้งหมดนี้มีกระบวนการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งถือเป็นการขับเคลื่อนในช่วง 5 ปีแรก (พ.ศ. 2560 – 2564) ของยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)และการพัฒนาประเทศภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559)

เนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสำคัญ 6 จังหวัด คือ อุตรดิตถ์ เลย เพชรบูรณ์ พิจิตร กำแพงเพชร และสุโขทัย ซึ่งจังหวัดรอบ ๆ แห่งชาติกำหนดให้เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจเฉพาะและพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ และให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นพื้นที่เมืองหลักเพื่อการพัฒนาธุรกิจ การค้า โดยจังหวัดพิษณุโลกได้กำหนดวิสัยทัศน์จังหวัด กลุ่มจังหวัดและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาจังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้หน่วยงานราชการ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคประชาชนได้ร่วมขับเคลื่อนให้จังหวัดได้ดำเนินการพัฒนาอย่างมีทิศทางและถูกต้อง โดยมีเป้าประสงค์ทางการเกษตรคือ เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรรมการจัดการผลิตเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพตามความต้องการของตลาด และเป็นเมืองที่ชุมชนมีความเข้มแข็งยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดพิษณุโลก, 2553)

จังหวัดพิษณุโลก ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง และภาคกลางตอนบนสุดของประเทศไทย หรือเรียกว่า "เหนือล่างกลางบน" ลักษณะภูมิประเทศ พื้นที่ทางด้านตะวันออกของจังหวัดพิษณุโลก มีลักษณะเป็นเทือกเขาสูงซึ่งอยู่ในเขตอำเภอวังทอง วัดโบสถ์ เนินมะปราง นครไทย และชาติตระการ ติดต่อกันแนวกันเขตแดนไทย-ลาว และเป็นรอยต่อของจังหวัดพิษณุโลก เพชรบูรณ์ และเลย เขตที่ราบลุ่มแม่น้ำ ได้แก่ พื้นที่ในบริเวณด้านทิศเหนือและด้านทิศตะวันออก มีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน คือ แม่น้ำน่าน แม่น้ำแควน้อย แม่น้ำเข็กหรือแม่น้ำวังทอง ซึ่งเป็นแหล่งการเกษตรที่สำคัญที่สุดของจังหวัดพิษณุโลกอยู่ในเขตอำเภอบางระกำ อำเภอเมืองพิษณุโลก อำเภอพรหมพิราม อำเภอเนินมะปราง และอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกมีพื้นที่ทั้งหมด 6,759,909 ไร่

เป็นพื้นที่เกษตรกรรมประมาณ 3,189,271 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 47 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยมีการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่นามากที่สุด จำนวน 1,772,564 ไร่ หรือคิดเป็นเนื้อที่ร้อยละ 26.23 ของเนื้อที่จังหวัด รองลงมาคือ ประเภทที่พืชไร่ 1,108,015 ไร่ ที่ไม้ผล/ไม้ยืนต้น 244,327 ไร่ ครัวเรือนเกษตรกร 99,966 ครัวเรือน และจังหวัดพิษณุโลก มีพื้นที่การปลูกมะม่วงทั้งหมด 62,030 ไร่ นับว่าเป็นแหล่งผลิตมะม่วงที่ใหญ่ที่สุดของภาคเหนือและพื้นที่ส่วนมากจะอยู่ในเขตอำเภอวังทอง เนินมะปราง และวัดโบสถ์ ในแต่ละปีมีผลผลิตมะม่วงกว่า 44,000 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 1,000 ล้านบาท (สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก, 2560)

ตำบลพันชาลีเป็นตำบลส่วนหนึ่งของอำเภอวังทอง และตำบลพันชาลีเป็นพื้นที่ที่ราบลุ่มลักษณะลาดเอียงจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ มีคลองวัดตายม คลองสะทอนและคลองฝายเป็นลำน้ำสายหลักของตำบล ซึ่งเป็นแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรที่สำคัญ โดยมีชุมชนบ้านเรือนเกาะกลุ่มอยู่ตามลำน้ำดังกล่าวเป็นกลุ่ม ๆ ตลอดสาย สภาพพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าว พืชไร่ ทำสวนผลไม้ และการเกษตรอื่น ๆ และเป็นตำบลที่มีความหลากหลายอาชีพ ทั้งเกษตรกรรม และยังเป็นแหล่งส่งออกมะม่วงรายใหญ่ระดับตำบล จึงมีความหลากหลายทางอาชีพเกษตรกรรม (องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี, 2560)

จากสภาพภูมิประเทศที่กล่าวมาข้างต้น ตำบลพันชาลีจึงเป็นตำบลที่มีความหลากหลายอาชีพ ทั้งเกษตรกรรม และยังเป็นแหล่งส่งออกมะม่วงรายใหญ่ระดับตำบล จากการรวมกลุ่มของเกษตรกรที่ปลูกมะม่วงในพื้นที่ โดยมีพื้นที่ 3,800 ไร่ ผลผลิตมากกว่า 3,000 ตัน และระหว่างฤดูกาลเก็บเกี่ยวมะม่วงทางเกษตรกรได้จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดใหญ่ที่มีผลิตภัณฑ์ในด้านแปรรูปจากมะม่วงที่เป็นผลิตภัณฑ์ของตำบลพันชาลี ได้แก่ ท็อฟฟี่มะม่วง , แยมมะม่วง , มะม่วงแช่อิ่ม , ไอศกรีมมะม่วง , ซอสมะม่วง และมะม่วงอบแห้ง ซึ่งปัญหาที่คนตำบลพันชาลีประสบอยู่อย่างมากก็คือเรื่องของการขาดความรู้ในการประกอบอาชีพในด้านเกษตรกรรม และองค์ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมในด้านนวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป (องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี, 2560)

จากรายงานที่กล่าวมาข้างต้น ตำบลพันชาลีเป็นแหล่งผลิตมะม่วงหวานที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่มีระยะเวลามานานหลายปี เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างโดยภูมิปัญญาของคนในชุมชน และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างความภาคภูมิใจแก่ตำบลพันชาลีเป็นอย่างมากเพราะเป็นการสร้างอาชีพสร้างรายได้และสร้างชื่อเสียงมาสู่คนพันชาลีโดยเฉพาะยังมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น การพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปของชุมชนนั้นเป็นการพัฒนาของคนในชุมชนที่ต้องให้ความร่วมมือกัน โดยนำการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ซึ่งการพัฒนาในชุมชน

จำเป็นจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุก ๆ ฝ่ายของคนในชุมชน ในส่วนของการเข้ามาระดมความคิด วางแผน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตลอดจนในการแก้ไขปัญหาหรือการพัฒนาศักยภาพในสิ่งที่ชุมชนต้องการที่จะให้เป็นในทิศทางที่ดีขึ้น โดยการสื่อสารจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนา

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงศึกษา รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกและสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งสามารถนำรูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่มีบริบทใกล้เคียง

คำถามการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกเป็นอย่างไร
2. รูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมที่เหมาะสมกับการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 สภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกในด้านผู้ส่งสาร (sender) สาร (message) ช่องทาง (channel) ผู้รับสาร (receiver) ผลกระทบ (effect) และบริบททางการสื่อสาร

1.2 สร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ในด้านผู้ส่งสาร (sender) สาร (message) ช่องทาง (channel) ผู้รับสาร (receiver) ผลกระทบ (effect) บริบททางการสื่อสารและปัจจัยของการสื่อสารในบริบทพื้นที่ของตำบลพันชาลี

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษาข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องในรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์และศึกษาเอกสารเกี่ยวกับตำบลพันชาลีของผู้วิจัยมาก่อน จึงทำให้ผู้วิจัยทราบถึงบุคคลที่มีความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ และมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี จำนวน 14 คน ดังนี้

2.1 กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการดูแลส่งเสริมด้านการเกษตร และผู้ดูแลรับผิดชอบในด้านการเกษตรรวมถึงไปถึงโครงการต่าง ๆ ที่คอยสนับสนุนแก่เกษตรกรในชุมชนตำบลพันชาลี ได้แก่

2.1.1 นายกองดีการบริหารส่วนตำบลพันชาลี จำนวน 1 คน

2.1.2 ตัวแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรตำบลพันชาลี จำนวน 1 คน

2.2 กลุ่มผู้นำชุมชน มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในชุมชน และเป็นผู้นำในการดำเนินโครงการการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป ได้แก่

2.2.1 ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน (หมู่บ้านที่ 10 และหมู่บ้านที่ 16)

2.2.2 ตัวแทนผู้รับผิดชอบองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี จำนวน 1 คน

2.3 กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและให้ความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูปต่าง ๆ จากทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ขอความร่วมมือในการจัดหาวิทยากรจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อนำมาให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป ได้แก่

2.3.1 วิทยากรผู้ที่มีความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป มหาวิทยาลัยนเรศวร

1 คน

2.3.2 วิทยากรผู้ที่มีความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูปและออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 2 คน

2.4 กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ มีเกณฑ์การเลือกจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ ได้แก่

ผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ จากคณะกรรมการกลุ่ม 3 คน และตัวแทนสมาชิกในกลุ่ม 3 คน จำนวน 6 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาในเขตพื้นที่ตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกที่มีพื้นที่ในด้านการแปรรูปผลทางการเกษตร ขนาดใหญ่ของอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก โดยมีพื้นที่ในด้านการเกษตร 6,000 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก, 2560)

ตาราง 1 เกณฑ์การคัดเลือกตำบล

| | เกณฑ์ที่ 1 | เกณฑ์ที่ 2 | เกณฑ์ที่ 3 | เกณฑ์ที่ 4 | เกณฑ์ที่ 5 |
|--|---|--|---------------------------------------|---|-------------------------------------|
| กลุ่มเกษตรกรมะม่วงแปรรูปในเขตพื้นที่การวิจัย | กลุ่มเกษตรกรมะม่วงแปรรูปอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอวังทอง | เคยผ่านการอบรมทักษะกระบวนการเรียนรู้การผลิตมะม่วงแปรรูปจากผู้เชี่ยวชาญ | มีผลงานที่เผยแพร่ทางช่องทางสื่อต่าง ๆ | เคยได้รับรางวัลการประกวดผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป | มีการประชุมกลุ่มเกษตรกรมะม่วงแปรรูป |
| ตำบลพันชาติ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ตำบลวังทอง | ✓ | ✓ | - | ✓ | - |
| ตำบลเนินมะปราง | ✓ | - | - | - | - |
| ตำบลบ้านกลาง | ✓ | - | - | - | - |

จากเกณฑ์การคัดเลือกทั้ง 5 ข้อ ซึ่งเกณฑ์การคัดเลือกได้มาจากการศึกษาบริบทพื้นที่และเอกสารต่าง ๆ ของกลุ่มเกษตรกรมะม่วงแปรรูป (สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก, 2554) มี 1 ตำบลคือ ตำบลพันชาติ ที่เข้าเกณฑ์ประเมินทั้งหมด รวมถึงได้รับการคัดเลือกจากมหาวิทยาลัยนเรศวรในกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปมะม่วง” เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนสามารถต่อยอดการแปรรูปมะม่วงที่เหลือโดยการนำองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัยถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

4. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยกำหนดเวลาในการสำรวจและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2562 – เดือนพฤศจิกายน 2562

นิยามศัพท์เฉพาะ

สภาพปัจจุบันการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปของตำบลพันชาลีในช่วงปีพ.ศ. 2561 - 2562

รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง โครงสร้างความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการสื่อสาร อันได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร (SMCR) บริบททางการสื่อสารและปัจจัยของการสื่อสาร บริบทพื้นที่ของตำบลพันชาลีเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาลี อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ ประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ กระบวนการผลิตใหม่หรือบริการใหม่ ซึ่งตอบสนองความต้องการของตลาด กล่าวคือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือการทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาสและถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และ สังคม หรือการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่า การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดประโยชน์และมีคุณค่า

ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการแปรรูปจากมะม่วงในรูปแบบของการรักษารสชาติของมะม่วงที่สามารถจัดเก็บได้นานและเพิ่มมูลค่าแก่มะม่วงมากขึ้น รวมไปถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วงในรูปแบบอื่น ๆ คือ แยมมะม่วง ท็อฟฟี่มะม่วง มะม่วงแช่อิ่ม และ ไอศกรีมมะม่วง โดยเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นหรือการใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปในพื้นที่ตำบลพันชาลี อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของจังหวัดพิษณุโลก ได้ทราบถึงสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกเพื่อนำไปปรับปรุงการสื่อสารในปัจจุบัน

2. ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของจังหวัดพิษณุโลก ได้รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

3. ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของจังหวัดพิษณุโลก สามารถนำรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่มีบริบทใกล้เคียง



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง "รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก" ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรม
2. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
3. แนวคิดการสร้างเครือข่ายสังคม
4. บริบทพื้นที่ตำบลพันชาลี อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรม (Communication for the development of innovation)

1. ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชนและสังคมในทุกด้าน

นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้คำนิยามของการสื่อสารไว้หลากหลายแง่มุม ตามมุมมองของแต่ละบุคคล ดังนี้

Roger, & Shoemaker (1971, p. 11 อ้างถึงใน ศุภรัศมี สฐิติกุลเจริญ, 2548, น. 4) กล่าวว่า "การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอด ข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ"

Williams (1966, p. 17 อ้างถึงใน จันทิมา เขียวแก้ว, 2546, น. 6) กล่าวว่า "การสื่อสาร คือ การถ่ายทอดความคิดข่าวสารและทัศนคติต่าง ๆ จากบุคคลไปสู่บุคคล"

Schramm (1978, p. 13 อ้างถึงใน กิติมา สุรสนธิ, 2541, น. 3) กล่าวว่า "การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Information Signs)"

ด้านนักวิชาการไทยได้ให้ความหมายของการสื่อสารในลักษณะคล้ายคลึงกันคือ ประมะ สตะเวทิน (2529, น. 14) กล่าวว่า "การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)"

สวณิต ยมาภัย (2526, น. 12) ให้นิยามการสื่อสารไว้ว่า "การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อกันระหว่างมนุษย์เพื่อทำให้รับรู้เรื่องราวอันมีความหมายร่วมกันและเกิดการตอบสนองต่อกัน"

และเกศินี จุฑาวิจิตร (2548, น. 4) ได้สรุปคำนิยามของการสื่อสารไว้ว่า "การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน"

2. องค์ประกอบของการสื่อสาร

ในการดำเนินกิจกรรมของสถาบันบริการสารสนเทศให้บรรลุเป้าหมาย มีปัจจัยที่สำคัญหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานด้านเทคนิคที่รวดเร็ว ซึ่งครอบคลุมงานด้านการจัดการวิเคราะห์หมวดหมู่เพื่อเตรียมทรัพยากรสารสนเทศให้มีสภาพพร้อมใช้ในเวลานั้นสั้นที่สุด และงานบริการซึ่งถือเป็นด้านแรกที่ต้องพบกับผู้ใช้บริการ โดยมีหน้าที่หลักต้องช่วยเหลือให้ผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ตนต้องการจนเกิดความพึงพอใจ ซึ่งจะพบว่าการดำเนินงานทุกด้านต้องใช้การติดต่อสื่อสารในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โดยรวมขององค์การและวัตถุประสงค์เฉพาะด้านของแต่ละงาน ซึ่งการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพย่อมจะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพเช่นกัน (ศุภรัศมี วิฑิตกุลเจริญ, 2548)

แบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารของเดวิด เบอริโล ซึ่งให้เห็นว่าการสื่อสารประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (sender) สาร (message) ช่องทาง (channel) และผู้รับสาร (receiver) ซึ่ง วิลเบอร์ แชรมม ได้เพิ่มเติมองค์ประกอบอื่นเข้าไป เนื่องจากมองว่าการสื่อสารเป็นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างในกระบวนการถ่ายทอดสาร จากฝ่ายที่เป็นผู้เริ่มต้นคือผู้ส่งสาร โดยมีการถ่ายทอดสารผ่านสื่อเพื่อไปสู่ผู้รับสาร

1. ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะสื่อสาร ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสารและวัตถุประสงค์ของตนไปสู่บุคคล สังคม ดังนั้นผู้ส่งสารจึงเป็นคน ๆ เดียว กลุ่มคน องค์กร สถาบัน

2. สาร หมายถึง ผลผลิตของผู้ส่งสารที่จะถ่ายทอดความคิดความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนออกมาในรูปแบบของรหัส เช่น เมื่อผู้ส่งสารพูด สารก็คือคำพูด ผู้ส่งสารเขียน สารก็คือคำหรือประโยคที่เขียน เมื่อผู้ส่งสารแสดงปฏิกิริยาท่าทางออกมาสารก็จะปรากฏในการแสดงปฏิกิริยานั้นเอง

3. สื่อ หมายถึง สิ่งที่ตัวนำหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่น เมื่อพูด สื่อก็คือคลื่นเสียงในอากาศ เมื่ออ่าน สื่อก็คือ คลื่นแสงในอากาศและกระดาษหนังสือพิมพ์ เมื่อดูโทรทัศน์ สื่อก็คือคลื่นแสง คลื่นเสียง และจอโทรทัศน์

4. ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มที่รับสารของผู้ส่งสาร ซึ่งอาจเป็น คน ๆ เดียว กลุ่มคน องค์กร สถาบัน

โดยองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบที่กล่าวไปข้างต้นนั้น ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน มีผลกระทบต่อกันโดยเฉพาะผลทางการสื่อสาร หากผู้ส่งสารมีทักษะการสื่อสารที่ดีแต่ผู้รับสารขาดทักษะการสื่อสารการสื่อสารก็จะไม่บรรลุประสิทธิผลเช่นเดียวกับสารและสื่อที่ดีต้องสามารถทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารที่บรรลุประสิทธิผลก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงสุด

สำหรับองค์ประกอบการสื่อสารในงานสารสนเทศนั้นสามารถจำแนกปัจจัยการสื่อสารในสถาบันบริการสารสนเทศ เป็น 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ บุคคลหรือผู้ส่งสาร (communicator) สาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) บริบททางการสื่อสาร (context) และการป้อนกลับ (feedback) (Harold D. Lasswell, 1948 อ้างถึงใน นฤมล รุจิพร, 2546, น.13)

1. บุคคล/ผู้ส่งสาร บุคคลเป็นองค์ประกอบแรกที่สำคัญของกระบวนการสื่อสาร ผู้สื่อสารอาจจะเป็นบุคคลคนเดียว ส่งคนขึ้นไป หรือบุคคลหนึ่งกลุ่มหรือสองกลุ่มขึ้นไป ที่ทำหน้าที่ส่งสารหรือเข้ารหัสสาร และรับสารหรือถอดรหัสสารสลับกันไปในสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งใครจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่หลักขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิ เป้าหมายของการสื่อสาร บุคลิกนิสัยของบุคคลผู้นั้น ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล บทบาทและสถานภาพของบุคคล และบริบทการสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งสารสามารถจำแนกได้ 2 ประเภท ได้แก่ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร

1.1 ผู้ส่งสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่เป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารออกไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ หรือเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร เป็นผู้กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองบางอย่างใดอย่างหนึ่งจากผู้รับสาร

1.2 ผู้รับสาร คือ ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง

กลับไปยังผู้ส่งสาร ซึ่งการป้อนกลับไปโน้น ผู้รับสารสามารถจะเปลี่ยนสถานภาพเป็นผู้ส่งสารและผู้ส่งสารเดิมก็จะกลับเป็นผู้รับสาร ซึ่งหากยังมีการถ่ายทอดสารอย่างต่อเนื่องคือสื่อสารทั้งสองฝ่ายก็จะทำหน้าที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารสลับกันไปจึงอาจเรียกผู้ส่งสารว่าเป็นคู่สื่อสาร

องค์ประกอบสำคัญในตัวบุคคลผู้สื่อสารที่มีอิทธิพลต่อผลสำเร็จของการสื่อสาร ได้แก่ กรอบแห่งการอ้างอิง (frame of reference) ซึ่งเป็นตัวกรองสารที่มีผลต่อกระบวนการเรียนรู้หรือกระบวนการเลือกรับสารและการตีความสารของบุคคล ซึ่งกรอบดังกล่าวมี 4 องค์ประกอบย่อย 4 ประการ

1. ปัจจัยกายภาพ เช่น รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย ลักษณะและความสมบูรณ์ของร่างกาย ฯลฯ
2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ศาสนา ฐานะทางเศรษฐกิจ ฯลฯ
3. ปัจจัยทางสังคมวิทยา เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกลักษณะ บทบาทและสถานภาพของบุคคล ฯลฯ
4. ปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น ทักษะ ทักษะ ค่านิยม ความเชื่อ ความสนใจ ความคาดหวัง ความต้องการ อารมณ์ รูปแบบการดำเนินชีวิต ฯลฯ

ในบริบทของสถาบันบริการสารสนเทศบุคคลในกระบวนการสื่อสารประกอบด้วยบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ ซึ่งทำหน้าที่ต่าง ๆ กัน ผู้รับใช้บริการซึ่งจะมีความแตกต่างกันตามลักษณะของหน่วยงาน ผู้บริหารซึ่งควบคุมดูแลการบริหารงานของสถาบันบริการสารสนเทศให้ เป็นไปตามเป้าหมายหลักขององค์กร นอกจากนั้นยังรวมถึงชุมชนที่สถาบันบริการสารสนเทศตั้งอยู่ และต้องมีหน้าที่ในการขยายบริการออกไปให้ตอบสนองความต้องการของชุมชนด้วยเช่นกัน

2. สาร เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารใช้สื่อความหมายให้แก่ผู้รับสารได้รับรู้ถึงความคิด ทักษะ และความรู้สึกต่าง ๆ ของตน ซึ่งรวมถึงปฏิริยาตอบกลับในรูปของสัญญาณ (signals) หรือสัญลักษณ์ (symbols) อาจเป็นคำพูด ตัวหนังสือ รูป เครื่องหมายหรือกิริยาท่าทางต่าง ๆ โดยทั่วไปสารก็คือภาษาที่แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ วจนภาษา และอวจนภาษา

2.1 วจนภาษา คือ ภาษาที่ใช้ถ้อยคำหรืออักษรในการถ่ายทอดโดยการพูด- การฟัง การอ่าน- การเขียน การใช้วจนภาษาสำหรับผู้ส่งสารคือการพูดและการเขียน ส่วนทักษะของผู้รับสารคือการฟังและการอ่าน

2.2 อวจนภาษา หรือภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำ ซึ่งมนุษย์รับสารเชิงอวัจนะผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า การสื่อสารด้วยอวัจนภาษาสามารถจำแนกตามพฤติกรรมที่ถ่ายทอดสารได้

3. ช่องทางการสื่อสาร เป็นตัวกลางหรือสื่อที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเป็นทางหรือระหว่างทางการสื่อสาร ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นช่องทางที่เป็นสื่อเทคโนโลยี ช่องทางของการสื่อสารระหว่างบุคคล ช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการหรือเป็นทางการ

3.1 ช่องทางที่เป็นสื่อทางเทคโนโลยี เป็นช่องทางที่อาศัยเทคโนโลยีเป็นตัวกลาง นำพาสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เช่น คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุ โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

3.2 ช่องทางของการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นช่องทางที่อาศัยพาหนะนำสารทางธรรมชาติ โดยมีบุคคลเป็นผู้ถ่ายทอดสารไปสู่ประสาทการรับรู้ของมนุษย์ แบ่งเป็น 2 ช่องทางใหญ่ ๆ ดังนี้

3.2.1 ช่องทางการสื่อสารโดยการได้ยิน เป็นการพูดคุยกันแบบเห็นหน้า และการพูดคุยกันแบบไม่เห็นหน้า เช่น การเจรจา การสัมภาษณ์ และการใช้โทรศัพท์ เป็นต้น

3.2.2 ช่องทางการสื่อสารโดยการเห็น เป็นการส่งข่าวสารโดยการเห็นหรือการอ่าน เช่น การเขียน จดหมาย การเขียนบันทึก ตลอดจนการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์โดยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.3 ช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการและเป็นทางการ เป็นช่องทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในลักษณะโครงข่ายการสื่อสารที่บุคคลใช้ในการส่งผ่านหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โดยมีลักษณะที่แตกต่าง ดังนี้

3.3.1 ช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นช่องทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่คู่สื่อสารซึ่งมีความสนใจหรือจุดมุ่งหมายเดียวกันสร้างขึ้น โดยผู้ที่อยู่ร่วมในช่องทางการสื่อสารจะมีความรู้สึกเป็นอิสระในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน บนพื้นฐานความต้องการส่วนบุคคล เป็นช่องทางข่าวสารที่แพร่กระจายอยู่ในช่องทางจะมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการหรือไม่ได้พิสูจน์ และผู้ที่เกี่ยวข้องในช่องทางนี้จะมีอัตราการถ่ายทอดสารระหว่างกันไม่เท่าเทียมกัน เนื่องจากบทบาทของผู้ส่งสารในกลุ่มจะไม่เท่ากัน หรือบางครั้งอาจเกิดจากลักษณะทางกายภาพ

3.3.2 ช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ เป็นช่องทางการสื่อสารเกิดขึ้นจากกฎ ระเบียบหรือข้อบังคับที่มีการจัดระเบียบอย่างดี มีเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่จะทำตามหน้าที่ตามบทบาทที่ระบุไว้อย่างชัดเจน มีกระบวนการซึ่งวางรากฐานอย่างดีและสามารถดำเนินต่อไปไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงบุคคลที่ทำหน้าที่สื่อสาร ในองค์การช่องทางนี้ทำหน้าที่ในการตรวจสอบรายงานจากแหล่งต่าง ๆ เป็นแบบแผนในองค์การซึ่งเป็นที่ได้จากผังการแบ่งงานตามอำนาจและตำแหน่งของบุคลากรในองค์การ ส่วนช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการในสังคมทั่วไปคือการสื่อสารผ่าน

สื่อมวลชน เนื่องจากสามารถจะระบุแหล่งสารและผู้รับผิดชอบได้ชัดเจน สารสนเทศที่ถูกแพร่กระจายด้วยช่องทางนี้เป็นสารสนเทศที่เป็นทางการและมักเป็นสารสนเทศที่ได้มีการพิสูจน์แล้วว่ามีความถูกต้องและเชื่อถือได้

4. บริบทการสื่อสาร คำว่าบริบทของการสื่อสาร หมายถึง สภาพแวดล้อม (environment) ของการสื่อสารอันเป็นสิ่งต่าง ๆ รอบตัวผู้สื่อสารนอกเหนือจากองค์ประกอบอื่น ๆ ในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ เวลา โอกาส เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดรอบตัว ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในหรือภายนอกสถานที่ และบรรยากาศการสื่อสาร

5. การป้อนกลับ เป็นปฏิกิริยาตอบกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนองที่เกิดขึ้นในการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารที่มีต่อสารที่ส่งมา โดยเป็นเครื่องบ่งชี้ว่าผู้ส่งสารบรรลุเป้าหมายของการสื่อสารหรือไม่ หากยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

การป้อนกลับนั้นเป็นการส่งสารของผู้รับสารกลับไปยังผู้ส่งสารเมื่อได้ตีความหมายของสารที่ตนได้รับมาแล้วปฏิกิริยาตอบกลับเป็นปัจจัยสำคัญเพราะการตีความหมายของสารในกระบวนการสื่อสารนั้นมิได้อยู่ที่ตัวสารแต่อยู่ที่การตีความ ซึ่งผู้รับสารสามารถส่งกลับไปด้วยวัจนภาษาหรือวัจนภาษาก็ได้ และปฏิกิริยานั้นอาจเกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ การแสดงออกนั้นอาจจะเป็นการตอบสนองในทางบวกหรือทางลบก็ได้ และแสดงออกมาโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยทันทีหรือไม่ก็ได้

3. ประเภทและลักษณะของการสื่อสาร

การจัดแบ่งประเภทของการสื่อสารสามารถแบ่งออกได้หลายวิธี เนื่องจากแนวคิดที่หลากหลายเกี่ยวกับธรรมชาติของการสื่อสารที่มีความสลับซับซ้อน ซึ่งสามารถสรุปได้ตามมิติการมองธรรมชาติของการสื่อสารที่แตกต่างกันในเรื่องของจุดมุ่งหมายของการสื่อสาร บริบท และทิศทางของการสื่อสาร (นฤมล รุจิพร, 2546)

3.1 จำแนกตามความมุ่งหมายของการสื่อสาร จากแนวคิดที่ว่าจะมีการสื่อสารที่เกิดขึ้นหรือไม่ถ้าผู้ส่งสารและแหล่งสารไม่มีความตั้งใจที่จะอิทธิพลต่อผู้รับสาร ทำให้สามารถจำแนกประเภทของการสื่อสารตามแนวทางได้ 2 ประเภทได้แก่ การสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการวางแผนไว้หรือตั้งใจกับการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจ ซึ่งจอร์จ มิลเลอร์ (George Miller) กล่าวว่าการศึกษาเกี่ยวกับระบบการสื่อสารที่ถูกต้องเหมาะสมต้องมุ่งสนใจเฉพาะสถานการณ์สื่อสารที่ผู้ส่งสารมีเจตน์จำนง (conscious intent) กับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ

การสื่อสารเกิดจากการตั้งใจและวางแผนไว้ของผู้สื่อสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสารซึ่งการวางแผนในการสื่อสารมีอยู่ 2 ประเภท คือ การวางแผนเชิงวัจนะ (verbal plans) และการวางแผนเชิงอวัจนะ (nonverbal plans) เป็นการคิดไว้ล่วงหน้าว่าจะพูดอะไร เขียนอะไร แสดงออกอย่างไรในสถานการณ์การสื่อสารทั้งที่เป็นการสื่อสารทั่วไปหรือเฉพาะอย่าง การทำความเข้าใจและทำนายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล จึงทำได้หากเข้าใจแบบแผนการสื่อสารส่วนบุคคลของมนุษย์ การสื่อสารที่เกิดจากการตั้งใจในงานสารสนเทศ เช่น การสื่อสารในการประชุม ซึ่งจะต้องดำเนินการตามแบบธรรมเนียมคือการกำหนดวาระของเรื่องที่ต้องการข้อสรุปจากการประชุม การให้การฝึกอบรมผู้ให้บริการเกี่ยวกับการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้วางแผนหรือตั้งใจนั้นเป็นการสื่อสารที่ผู้สื่อสารอาจจะกระทำโดยความเคยชินหรืออยู่ในสภาวะที่ขาดสติรู้เท่าไม่ถึงการณ์ทำให้หลุดคำพูดหรือกิริยาอาการบางประการออกมา เช่น การหลุดคำอุทาน เป็นต้น

3.2 ระดับของการสื่อสาร การสื่อสารเกิดขึ้นภายใต้บริบทซึ่งอธิบายว่าเป็นรูปแบบของสถานการณ์ที่เกิดการสื่อสาร ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของการสื่อสารที่เกิดขึ้นต่างกาลหรือเทศะกัน การสื่อสารในเรื่องเดียวกันแต่ต่างบริบทก็ทำให้สิ่งที่สื่อสารนั้นส่งผลต่างกันได้ โครงสร้างของการสื่อสารจะมีลักษณะแตกต่างกันไประดับของการสื่อสาร ได้แก่

3.2.1 การสื่อสารภายในตัวบุคคล เป็นการสื่อสารของปัจเจกบุคคลที่ทำหน้าที่ในลักษณะผู้รับสารและผู้ส่งสารที่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และลักษณะทางกายภาพของบุคคลแต่ละคนที่มีผลต่อการจัดระบบการติดต่อสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผู้รับสารและผู้ส่งสารสลับกันไป เช่น การพูดกับตนเอง การคิดถึงงานที่จะทำ เช่น การท่องตำราคนเดียว การที่บรรณารักษ์นั่งอ่านหนังสือและคิดเพื่อเทียบเคียงสัญลักษณ์ที่จะนำมาใช้แทนหมวดหมู่ของหนังสือและสังเขปวิชาที่เกี่ยวข้องเพื่อสะดวกในการค้นหา เป็นต้น

3.2.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารระหว่างสองคนหรือมากกว่าโต้ตอบหรือผลัดเปลี่ยนบทบาทกันเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาและแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล เช่น การสนทนาซักถามระหว่างกัน โครงสร้างของการสื่อสารประเภทนี้ไม่มีโครงสร้างที่แน่ชัดเนื่องจากเนื้อหา รูปแบบ และความถี่ของการสื่อสารระหว่างบุคคลควบคุมแทบไม่ได้ แต่จะมีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางโดยบุคคลที่ทำการติดต่อสื่อสารทั้งสองฝ่ายซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ผู้สื่อสารสามารถจะส่งสารและรับสารตลอดจนมีปฏิริยาตอบกลับโดยทันทีและตลอดเวลา

3.2.3 การสื่อสารกลุ่มย่อย มีทั้งการสื่อสารกลุ่มขนาดเล็กและการสื่อสารกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งโครงสร้างประกอบไปด้วยสมาชิกจำนวนหนึ่งมาน้อยแตกต่างกันไป ลักษณะการสื่อสารคล้ายกับการสื่อสารระหว่างบุคคลแต่มีขนาดใหญ่กว่า คือ ถ้าสมาชิกระหว่าง 5-9 คนจะเป็นการสื่อสารกลุ่มขนาดเล็ก หากมีการรวมคนจำนวนมากมาอยู่รวมที่เดียวกัน ก็จัดเป็นการสื่อสารกลุ่มใหญ่

ลักษณะของการสื่อสารกลุ่มขนาดเล็กมักจะติดต่อสื่อสารแบบสองทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการทำความเข้าใจ การคิดร่วมกันวางแผนบางอย่าง การแสวงหาความตกลงโดยมีลักษณะของความสัมพันธ์ของสมาชิกกลุ่มมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ส่งสารหลักทำหน้าที่ควบคุมกลุ่ม ส่วนลักษณะของการสื่อสารกลุ่มใหญ่มักจะเป็นการสื่อสารทางเดียวเนื่องจากโอกาสในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันมีน้อย เช่น การอภิปราย การเสนอรายงาน เป็นต้น

3.2.4 การสื่อสารในองค์กร เป็นการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดข่าวสารระหว่างสมาชิกขององค์การหรือหน่วยงานที่เป็นทางการซึ่งจัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์ นโยบาย การจัดองค์การ การแบ่งงานกันทำ การปฏิบัติภารกิจขององค์การหรือหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย เนื่องจากการจัดองค์การจะมีการแบ่งสายงาน ลำดับขั้นตอนของความรับผิดชอบและการบังคับบัญชา

3.2.5 การสื่อสารสาธารณะ เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารสื่อสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก กล่าวคือ มีจำนวนคนมากกว่ากลุ่มย่อย แต่น้อยกว่าระดับมวลชน อาจเป็นการสื่อสารโดยบุคคลเดียวสื่อสารกับผู้รับสารหลายคน การสื่อสารเป็นการสื่อสารทางเดียวกับทั้งหมด ผู้พูดพูดในขณะที่ผู้ฟังก็ฟังอย่างเดียว โอกาสที่จะซักถามหรือแลกเปลี่ยนมีน้อยหรือเมื่อเปรียบเทียบการสื่อสารในกลุ่มย่อย เช่น การนำเสนอนโยบายแก่พนักงานในองค์กร การรายงานผลประกอบการแก่นักลงทุน การปฐมนิเทศสินค้าใหม่ ผู้ส่งสารจะต้องเชี่ยวชาญและมีการเตรียมการสื่อสารที่ดี เพื่อให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจได้โดยตลอด เพื่อเป็นการสื่อสารที่มีโอกาสได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารน้อย ผู้พูดจึงมีโอกาสไม่มากที่จะทราบความรู้สึกและความเข้าใจของผู้ฟังเพื่อที่จะปรับวิธีการพูดให้เหมาะสมกับผู้ฟังได้ นอกจากนี้ ผู้พูดควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการพูดให้ชัดเจน ซึ่งวัตถุประสงค์สำคัญของการสื่อสารในระดับชุมชน คือ การแจ้งข้อมูลให้ทราบหรือเพื่อชักชวนให้คล้อยตามหรือเพื่อความบันเทิง

3.2.6 การสื่อสารมวลชน เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีความสำคัญมากในสังคมปัจจุบัน เป็นการสื่อสารที่ค่อนข้างซับซ้อนมากกว่าการติดต่อสื่อสารทุกประเภท ซึ่งผู้ส่งสารเป็นกลุ่มบุคคลหรือองค์กรสื่อสารมวลชนที่มีได้ทำการส่งสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ ลักษณะของการสื่อสารจะเป็นการส่งข่าวสารจำนวนมากไปยังผู้รับสารมวลชนที่มี

ลักษณะหลากหลายและอยู่ห่างกันและไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร ผู้รับสารสื่อมวลชนจะสามารถเปิดรับสารนั้นได้ในเวลาเดียวกันถึงแม้จะอยู่ต่างกัน การสื่อสารมวลชนจะเป็นการสื่อสารที่เป็นแบบทางเดียวการมีปฏิริยาป้อนกลับจะมีน้อยหรือไม่เกิดขึ้นเลย เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและระยะทาง

3.3 การจำแนกตามทิศทางของการสื่อสาร การจำแนกประเภทของการสื่อสารตามทิศทางหรือรูปแบบของการส่งสารและผลลัพธ์ของการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งจะมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการสื่อสาร ซึ่งจะพบในการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งอาจมีสภาพเป็นการสื่อสารทางเดียวซึ่งไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ สำหรับการสื่อสารแบบสองทางหรือการสื่อสารเชิงปริวรรตทำให้ความสำคัญกับบริบทของการสื่อสารนั้นจัดเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก โดยเฉพาะการสื่อสารเชิงปริวรรตที่ให้ความสำคัญกับบริบทของการสื่อสาร ได้แก่

3.3.1 การสื่อสารแบบทางเดียว (one way communication) การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็นจึงไม่มีปฏิริยาป้อนกลับจากผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยตรง ปราศจากการคำนึงถึงปฏิริยาโต้กลับจากผู้รับสารทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับจากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่เลย โดยทั่วไปจะเป็นในรูปแบบของนโยบาย คำสั่ง และอาจผ่านสื่อมวลชนในการเสนอข่าวสารหรือรายงานข่าวสารต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น (เสถียร เขยประทับ, 2535)

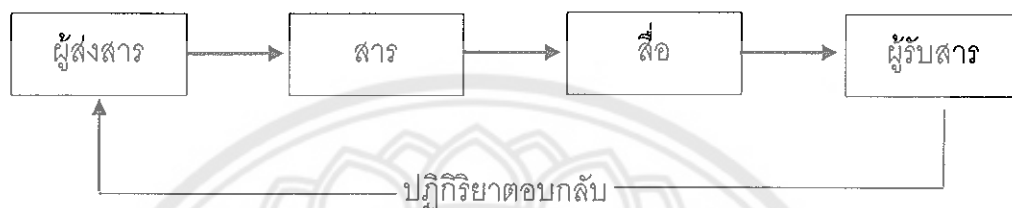


ภาพ 1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารในลักษณะทางเดียว

ที่มา: แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของ David K. Berlo

3.3.2 การสื่อสารแบบสองทาง (two way communication) การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและ

ผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกริยาโต้กลับ ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุม หรือการปรึกษาหารือซึ่งบุคคลที่ทำการสื่อสารในลักษณะนี้ควรเป็นบุคคลที่กระตือรือร้นในการแสวงหาและรับฟัง



ภาพ 2 แสดงแบบจำลองการสื่อสารในลักษณะสองทาง

ที่มา: แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของ Harold D. Lasswell

3.3.3 การสื่อสารเชิงปวิวรรต (transactional communication) เป็นการศึกษาสภาพการสื่อสารที่เน้นความสำคัญของบริบท และการกระทำร่วมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หนึ่ง ๆ มากกว่าการตอบสนองตามสิ่งที่ตนได้รับการสื่อสารเท่านั้น เพราะการสื่อสารไม่สามารถตัดขาดจากกันอย่างเด่นชัดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพราะการสื่อสารมีความสลับซับซ้อนมาก บุคคลไม่ได้สื่อสารกันอย่างเอกเทศจากสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมหรือสังคม เพราะฉะนั้นพฤติกรรม การสื่อสารของบุคคลหนึ่งจึงไม่ใช่เป็นผลมาจากการกระทำ หรือพฤติกรรมสื่อสารของอีกคนหนึ่งเท่านั้น แต่พฤติกรรมสื่อสารของคนทั้งสองได้รับอิทธิพลหรือถูกกำหนดโดยสภาพแวดล้อมหรือบริบทของการสื่อสาร

3.4 โครงสร้างการสื่อสาร สามารถแบ่งออกเป็น การสื่อสารที่เป็นทางการ (Formal communication) และการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal communication) ดังนี้ (ณัฐรัฐชูดาว วิจิตรจามรี, 2561)

3.4.1 การสื่อสารที่เป็นทางการ

การสื่อสารที่เป็นทางการ (Formal communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยมีบทบาทของการดำรงตำแหน่งตามโครงสร้างองค์กรเป็นกรอบในการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารลักษณะนี้แม้จะมีความชัดเจนในแง่การสั่งการ แต่จะขาดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งการสื่อสารที่เป็นทางการมีทิศทางไหลของข่าวสารอยู่ 4 แบบ คือ การสื่อสารแนวตั้ง

(Downward communication) การสื่อสารแนวตั้ง (Upward communication) การสื่อสารแนวนอน (Horizontal communication) และการสื่อสารแนวไขว้ (Diagonal communication)

1) การสื่อสารแนวตั้ง (Downward communication) เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่า หรือการถ่ายทอดข้อมูลจากผู้บริหารลงไปยังผู้ปฏิบัติ การบริหารแบบคลาสสิกหรือแบบวิทยาศาสตร์ ซึ่งพิจารณาว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญทางการบริหารในเชิงควบคุมและการประสานร่วมมือ ในสำคัญกับการสื่อสารแนวตั้งในการถ่ายทอดคำสั่ง นโยบาย เป้าหมาย และกฎระเบียบจากผู้บริหารไปสู่พนักงานหรือผู้ปฏิบัติ พนักงานทุกระดับภายในองค์กรต้องได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสาร ปริมาณและคุณภาพของข้อมูลจะต้องสูงเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ฝ่ายบริหารระดับสูงจะต้องได้รับข้อมูลจากหน่วยงานภายในองค์กร และกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังหน่วยงานด้วยเช่นกัน ปัญหาการสื่อสารในแนวตั้ง คือ การสื่อสารทางเดียวไม่มีข้อมูลย้อนกลับจากพนักงาน โดยมีข้อสันนิษฐานเบื้องต้นว่า ถ้าพนักงานรับรู้สิ่งที่ผู้บริหารรู้ พวกเขาจะแก้ไขปัญหขององค์กรได้ ข้อมูลข่าวสารนำไปสู่ความเข้าใจและความเข้าใจเป็นผลให้เกิดการปฏิบัติที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย

การสื่อสารแนวตั้งภายในองค์กรแบ่งออกเป็น 2 วิธี ได้แก่ การสื่อสารด้วยวาจา (Oral communication) ได้แก่ การคุยกันแบบเห็นคำตา การประชุมกลุ่ม รวมไปถึงการสื่อสารผ่านสื่อ เช่น ระบบเสียงตามสาย และการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร (Written communication) ได้แก่ บันทึกข้อความ รายงาน คู่มือปฏิบัติงาน บัญชีประกาศ จดหมายภายใน จดหมายเวียน วารสาร เป็นต้น

2) การสื่อสารแนวตั้ง (Upward communication) หมายถึง การถ่ายทอดข้อมูลจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่า หรือการส่งข้อมูลจากผู้ใต้บังคับบัญชาขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชา การบริหารในแบบคลาสสิกหรือแบบวิทยาศาสตร์ไม่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแนวตั้ง ในขณะที่การบริหารที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์เห็นว่าการสื่อสารแนวตั้งมีบทบาทสำคัญภายในองค์กร และเน้นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งเป็นวิธีการส่งเสริมการทำงาน ส่วนการบริหารที่มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์เห็นความสำคัญของการสื่อสารแนวตั้งเพื่อบูรณาการสมาชิกขององค์กรด้วยกันและเพื่อการพัฒนากระบวนการตัดสินใจ

การสื่อสารแนวตั้ง ได้แก่ กระบวนการให้ข้อเสนอแนะ โดยอาจจัดทำกล่องรับคำแนะนำ การรายงานอย่างเป็นทางการ การสำรวจทัศนคติของพนักงาน การประชุมพนักงาน บันทึกข้อความ การสัมภาษณ์พนักงาน โทรศัพท์ อีเมล บัญชีที่เชื่อมต่อการสื่อสารแนวตั้ง

คือ บรรยากาศการทำงานที่มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เมื่อเกิดความไว้วางใจ ผู้ใต้บังคับบัญชา จะกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา การสื่อสารแนวตั้งจากพนักงานไปยังผู้บริหารจะไม่เกิดขึ้น ถ้าพนักงานมีความรู้สึกที่ผู้บังคับบัญชาคอยแต่จะตำหนิติเตียนอย่างเดียว หรือเห็นว่าการร้องเรียนของพนักงานเป็นสิ่งไร้สาระ

3) การสื่อสารแนวนอน (Horizontal communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งระดับเดียวกันในองค์การ โดยปกติเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างพนักงานที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน และมีหน้าที่การทำงานในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารแนวนอนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นอกจากนี้ การสื่อสารแนวนอนยังหมายถึงการสื่อสารระหว่างหน่วยงานในระดับใดระดับหนึ่งขององค์การด้วย

การสื่อสารแนวนอนที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งงานเท่ากัน มีหลายช่องทางในการสื่อสารดังนี้ (Neher, 1997, p. 166)

1. การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษรฝ่ายช่องทางต่าง ๆ อาทิ บันทึกข้อความ รายงาน ซึ่งมีข้อดีในการเก็บเป็นหลักฐาน แต่ไม่รวดเร็วเท่าการสนทนา และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ เช่น อีเมล
2. การประชุมกลุ่ม เช่น การประชุมกรรมการ การฝึกอบรม การประชุมกลุ่มเพื่อควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลงาน (Quality circles) ซึ่งเป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับการประสานงาน การแลกเปลี่ยนความเห็น หรือการแก้ไขปัญหา
3. การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน เช่น การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการในช่วงพักทานข้าว หรือในช่วงทำกิจกรรมทางสังคม เช่น ออกกำลังกาย การเที่ยวพักผ่อน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน
4. การสนทนาทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายและรวดเร็ว
5. การสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่หรือสื่อสังคม (Social media) ที่มีลักษณะเป็นสื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive media) เช่น เว็บไซต์เฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันสมาร์ทโฟน เช่น Line ที่เปิดให้สมาชิกตั้งกลุ่มสนทนาแบบปิด (Closed group) หลายองค์การใช้ช่องทางเหล่านี้ในการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความคิดเห็นได้อย่างรวดเร็ว

4) การสื่อสารแบบไขว้ (Diagonal communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานที่อยู่คนละสายงานและต่างระดับกัน

3.4.2 การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ

การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ การสื่อสารที่ไม่ มีฐานะของการดำรงตำแหน่งมาเป็นกรอบบังคับ กล่าวคือ การใช้วิธีการสื่อสารเชิงสนทนา หรือ หรือมอบหมายงานในลักษณะของการเป็นเพื่อนร่วมงานด้วยความเป็นกันเอง มากกว่าที่จะเป็น การสื่อสารแบบผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา

4. การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development)

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารและ แนวคิด ทฤษฎีการพัฒนา ดังนั้นกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงเป็นไปในทิศทางที่ สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสามารถสรุป พัฒนาการของกระบวนการพัฒนาไปสู่การเปลี่ยนแปลง กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ 3 ยุค ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

4.1 กระบวนทัศน์การครอบงำ/กระบวนทัศน์การทำให้ทันสมัย (Dominant/ Modernistic Paradigm) เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1960 – 1970 ที่เน้นเรื่องการพัฒนาประเทศโลกที่ สามให้มีความทันสมัยตามแบบตะวันตก

4.2 กระบวนทัศน์พึ่งพา (Dependency Paradigm) เป็นกระบวนทัศน์ที่ได้แย้ง กระบวนทัศน์การทำให้ทันสมัย โดยมีความคิดการพัฒนาความทันสมัยนั้นเป็นกระบวนการนำ ประเทศโลกที่สามไปพึ่งพาประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้ว

4.3 กระบวนทัศน์ใหม่ (Alternative/Another Development/ Multiplicity Paradigm) เป็นกระบวนทัศน์ที่เริ่มตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ของการ พัฒนาที่มีชื่อเรียกหลายชื่อแต่มีจุดร่วมเดียวกัน คือ การปฏิเสธกระบวนทัศน์กระแสหลัก (Dominant Paradigm) อย่างสิ้นเชิง และเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่รากฐานและสร้างค่านิยามการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ตลอดจนได้เสนอทัศนะใหม่ที่ท้าทายว่า การพัฒนาไม่จำเป็นต้องมี เพียงกระบวนทัศน์เดียวที่ใช้กันอย่างเป็นทางการทั่วโลก แต่ทว่าในแต่ละแห่งอาจจะมีกระบวนทัศน์ที่ หลากหลายของตนเอง (Multiplicity Paradigm)

แบบจำลองการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (Transmission Model) เป็นแบบจำลอง ที่ Shannon และ Weaver พัฒนาขึ้นในปี 1949 เพื่อเป็นต้นแบบของกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารโดยแบบจำลองการสื่อสารที่มีองค์ประกอบ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลข่าวสาร (Information Source) ซึ่งเป็นผู้ผลิตข้อมูลข่าวสาร
2. เครื่องส่งสาร (Transmitter) ซึ่งเป็นเครื่องในการเข้ารหัสสาร
3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel)
4. เครื่องรับสาร (Receiver) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการถอดรหัส
5. จุดหมายปลายทาง (Destination) ผู้รับสารที่รับสารในรูปของข้อมูลข่าวสาร
6. สิ่งรบกวนการสื่อสาร (Noise)

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นลูกผสมระหว่างทฤษฎีการพัฒนาและทฤษฎีการสื่อสารซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 3 ยุคใหญ่ ได้แก่ (กาญจนา แก้วเทพ, 2548, น. 18-20)

ยุคแรก (ช่วงทศวรรษ 1950) ทฤษฎีการพัฒนาเปิดตัวด้วยกระบวนทัศน์การทำให้ทันสมัย (Modernistic paradigm) อันได้แก่การเปลี่ยนชนบทให้เป็นเมือง (urbanization) การเปลี่ยนเกษตรให้เป็นอุตสาหกรรม (industrialization) ทฤษฎีนี้เรียกว่า กระบวนทัศน์กระแสหลักส่วนทฤษฎีการสื่อสารนั้นจะสอดคล้องกับการพัฒนาแบบจากบนลงล่าง (top-down) การสื่อสารมีลักษณะทางเดียว (one-way communication)

ยุคที่สอง (ช่วงทศวรรษ 1970) หลังจากการพัฒนาด้วยกระบวนทัศน์ความทันสมัยผ่านไปได้สองทศวรรษ บรรดาในประเทศลาตินอเมริกาเริ่มสัมผัสกับความเจ็บปวดของผลพวงแห่งการพัฒนา นักวิชาการประเทศดังกล่าวจึงนำเสนอกระบวนทัศน์ใหม่ที่คัดค้านกระบวนทัศน์เดิม คือ ทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency theory) ซึ่งมีใจความหลักว่าการพัฒนาแบบที่ผ่านมาเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องไปพึ่งพาต่อประเทศที่พัฒนาแล้ว

ยุคที่สาม (ช่วงทศวรรษ 1980) หลังจากผลลัพท์ของการพัฒนาที่ผ่านมาในช่วง 3 ทศวรรษได้แสดงให้เห็นชัดว่า สามารถก่อให้เกิดผลดีเพียงเล็กน้อยแต่กลับสร้างผลเสียอย่างไม่น่าเชื่อค้ำกันดังนั้น บรรดาประเทศโลกที่สามจึงได้เริ่มเสนอแนวคิดใหม่ของการพัฒนาด้วยการพัฒนาบนรากฐานของตนเอง (Indigenous theory) โดยมุ่งเน้นหลักการพึ่งพาตนเองพัฒนาแบบพอเพียงให้เหมาะสมกับตัวเองและที่สำคัญที่สุดคือต้องเป็นการพัฒนาแบบประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในทุกขั้นตอนและเสนอให้มีการใช้กลยุทธ์ “ประสานส่วนดีทั้งของเดิมและของใหม่”

Lerner, & Schramm (n.d. อ้างถึงใน อัจฉรา ศรีพันธ์, 2555, น. 46) ให้ความสำคัญเรื่องเงื่อนไขที่กำหนดประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น ประกอบไปด้วย

1. การวางแผนอย่างเหมาะสม
2. การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของประชาชน
3. การสื่อสารให้เข้าถึงประชาชนเป้าหมาย

4. การสื่อสารแบบสองทาง

5. การสื่อสารต่อเนื่องสม่ำเสมอและให้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือและอยู่ในความสนใจของผู้รับสาร

6. สถิติและใช้ตัวอย่าง

7. การปฏิบัติ

5. หน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา

การสื่อสารเป็นพื้นฐานสำคัญของกระบวนการทางสังคมทั้งในภาวะปกติและภาวะการเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนาโดยการสื่อสารจะมีหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา คือ หน้าที่ในการให้ข่าวสาร หน้าที่ในการชักจูงใจและหน้าที่ในการให้การศึกษา ดังนี้ (อัจฉรา ศรีพันธ์, 2555, น. 39-41)

5.1 หน้าที่ในการให้ข่าวสาร การที่ประเทศจะพัฒนาได้นั้นประชาชนของประเทศจะต้องได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเชื่อถืออำนาจต่อการพัฒนาเสียก่อน ดังนั้น การสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารมวลชนจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

5.1.1 ขยายการรับรู้ของประชาชนในสังคมด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเชื่อมโยงสังคมล้าหลังไปสู่สังคมสมัยใหม่ เพื่อให้ประชาชนในสังคมสามารถรับรู้ เข้าใจและค้นพบในสิ่งที่ไม่เคยรับรู้ หรือเข้าใจมาก่อน อันนำไปสู่การมองโลกและชีวิตด้วยโลกทัศน์ที่กว้างขึ้น

5.1.2 ดึงประชาชนมาสู่จุดสนใจ ซึ่งในด้านการพัฒนานั้นสื่อแขนงต่าง ๆ เป็นตัวการสำคัญในการกำหนดว่าประชาชนควรจะรู้เรื่องอะไร โดยเน้นจุดสนใจในบางเรื่องมากกว่าบางเรื่อง สื่อต่าง ๆ สามารถทำหน้าที่สำคัญในการรณรงค์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับประเทศกำลังพัฒนาเนื่องจากสื่อสามารถดึงความสนใจของประชาชนไปสู่เรื่องของการพัฒนาขนบธรรมเนียมใหม่ พฤติกรรมใหม่ การปฏิบัติทางด้านสุขภาพและการเกษตรแบบใหม่ เป็นต้น กล่าวคือ การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความคิดเรื่องการพัฒนาไปสู่ประชาชนอย่างหลากหลายนั่นเอง

5.1.3 ยกกระดับความมุ่งมั่นปรารถนาของประชาชน ประเทศกำลังพัฒนาประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกันคือ ประชาชนในประเทศกลัวการเปลี่ยนแปลง ประเทศเหล่านี้จึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศเกิดความปรารถนาสิ่งที่ดีกว่าเดิมทั้งในระดับปัจเจกชนและระดับชาติเพื่อให้ประเทศชาติมีความมั่นคง แข็งแรงและยิ่งใหญ่ สื่อต่าง ๆ จึงมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อยกระดับความมุ่งมั่นปรารถนาในการพัฒนาของประชาชนได้ ซึ่งความมุ่งมั่นปรารถนานี้จะเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญไปสู่การพัฒนา

5.1.4 สร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา สื่อต่าง ๆ มีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสารแก่ประชาชนเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโดยการรายงานข่าวเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม และโครงการพัฒนาต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลกเพื่อให้ประชาชนในประเทศมีสายตากว้างไกลมีความทะเยอทะยานในการพัฒนา อันนำไปสู่การกำหนดอนาคตในการพัฒนาของตนเองต่อไป

5.2 หน้าที่ในการการชักจูงใจ การพัฒนาประเทศย่อมส่งผลต่อวิถีชีวิตของประชาชน โดยประชาชนต้องเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรมของตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ในสังคม ดังนั้นหน้าที่อีกประการของสื่อต่าง ๆ ในการพัฒนาประเทศก็คือการชักจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเห็นประโยชน์ของการพัฒนา และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาต่าง ๆ อย่างจริงจัง ดังนี้

5.2.1 การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นแหล่งข่าวสารสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นในการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มากกว่าบุคคลอื่น ๆ ในสังคมเดียวกัน และมักจะกลายเป็นผู้นำความคิดเห็นของชุมชนสังคมนั้น ๆ ที่มีความสามารถในการชักจูงใจให้คนในสังคมมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาต่าง ๆ ได้

5.2.2 สร้างสถานภาพบุคคล สื่อต่าง ๆ สามารถสร้างชื่อเสียงและสถานะทางสังคมให้แก่บุคคลได้ ซึ่งผู้นำที่สำคัญในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่ได้รับการสร้างสถานภาพให้เป็นผู้มีความสำคัญในสังคมจากสื่อมวลชนทั้งสิ้น ซึ่งการที่สื่อแขนงต่าง ๆ สามารถสร้างสถานภาพให้แก่บุคคลได้ก็จะสามารถดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาได้เช่นกัน

5.2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายอย่างกว้างขวาง โดยสื่อต่าง ๆ สามารถเสนอข้อมูลข่าวสารและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่นไปจนถึงระดับชาติ เพื่อให้ประชาชนได้เกิดการรับรู้ แสดงความคิดเห็น แสวงหาแนวทางการพัฒนาและการแก้ไข ปัญหา ตลอดจนตัดสินใจที่จะเข้าร่วมในโครงการต่าง ๆ เหล่านั้น

5.2.4 ปลุกฝังปทัสถานของสังคม โดยสื่อต่าง ๆ มีหน้าที่ในการเผยแพร่ส่งเสริมปลุกฝังปทัสถานของสังคมที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ เช่น ความซื่อสัตย์ ความประหยัด ความเสียสละ เป็นต้น ตลอดจนสอดส่องดูแลการกระทำที่ขัดต่อปทัสถานของสังคมเผยแพร่ให้สังคมทราบและประณามการกระทำเหล่านั้น

5.2.5 ปลุกฝังรสนิยม โดยสื่อต่าง ๆ มีความสามารถในการสร้างความคุ้นเคยในสิ่งต่าง ๆ แก่ประชาชน ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรสนิยมของประชาชนในสังคม เช่น การสร้างความรู้สึกถึงความเป็นชาติ ดนตรีประจำชาติ การแสดงประจำชาติ เป็นต้น

5.2.6 เปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ดีแน่นอน ประเทศกำลังพัฒนาสามารถนำสื่อต่าง ๆ มาใช้ในการสร้างทัศนคติใหม่ ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมที่ไม่ได้ยึดถืออย่างดีแน่นอนได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงแนวคิดและวิธีการปฏิบัติแบบใหม่ทางด้านสาธารณสุขและการเกษตร เป็นต้น ซึ่งจะสามารถชักจูงประชาชนไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของประเทศต่อไป

5.3 หน้าที่ในการให้การศึกษา สื่อต่าง ๆ มีหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่ประชาชนได้ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมการให้การศึกษาโดยตรง ได้แก่ การใช้สื่อต่าง ๆ สำหรับการศึกษาระบบและนอกระบบ เช่น ในโรงเรียน ในมหาวิทยาลัยในศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน เป็นต้น เพื่อถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เรียนประกอบการสอนของผู้สอนในสถาบันการศึกษานั้น ๆ ส่วนการให้ความรู้โดยอ้อมนั้นเป็นการใช้สื่อเพื่อให้การศึกษาในด้านต่าง ๆ แก่ประชาชน เช่น การเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ การประกอบอาชีพ ความรู้ทั่วไป เป็นต้น ซึ่งเป็นการศึกษาตามอัธยาศัยที่เมื่อประชาชนได้เปิดรับสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะได้รับความรู้ต่าง ๆ โดยอัตโนมัติ

6. การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนา

6.1 การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการศึกษา การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากการศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนาคนให้เป็นคนที่มีคุณภาพมีความรู้ความสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยกระบวนการการสื่อสารสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการศึกษา ดังนี้ (อัจฉรา ศรีพันธ์, 2555, น. 41-45)

6.1.1 การใช้การสื่อสารในการสอนให้รู้หนังสือ ซึ่งในการสื่อสารที่ใช้ในการสอนให้รู้หนังสือนั้นมี 3 รูปแบบ คือ

- 1) การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face) เช่น การใช้อาสาสมัครสอนหนังสือโดยใช้สื่ออื่น ๆ เข้าช่วย เป็นต้น
- 2) การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การสอนในโรงเรียนผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น
- 3) การสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชนในการสอนแบบนอกระบบโรงเรียนให้แก่ผู้ไม่รู้หนังสือ

6.1.2 การใช้การสื่อสารในการศึกษาทั่ว ๆ ไป ซึ่งได้แก่การใช้กระบวนการการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ในการให้การศึกษาแก่ประชาชนในรูปแบบการศึกษาตามอัธยาศัยในเรื่องต่าง ๆ เช่นการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ สังคม ต่างประเทศ เป็นต้น

6.2 การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการสาธารณสุข การพัฒนาด้านสาธารณสุขมีความจำเป็นที่จะต้องให้การสื่อสารเป็นกลไกที่จะขับเคลื่อนความรู้ในด้านนี้ออกสู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนา

ทางด้านสาธารณสุขของประเทศบทบาทที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทางด้านสาธารณสุข คือ

6.2.1 การให้ข่าวสารเพื่อแจ้งให้ประชาชนทราบเรื่องราวต่าง ๆ และเพื่อกระตุ้นความสนใจของประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสุขภาพอนามัยและส่งเสริมสุขภาพของตนเอง

6.2.2 การให้ความรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจวิธีการและปฏิบัติตามแผนการพัฒนาสาธารณสุขด้านต่าง ๆ เช่น โภชนาการ การวางแผนครอบครัว การสาธารณสุขมูลฐาน เป็นต้น

6.2.3 การชักจูงใจเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการสาธารณสุขและปฏิบัติตามแผนพัฒนาการสาธารณสุขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามในงานด้านการให้ข่าวสารและความรู้ในด้านการสาธารณสุขนั้นไม่ซับซ้อนและยากลำบากเท่ากับงานในด้านการชักจูงใจให้ประชาชนตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาทางด้านสาธารณสุขต่าง ๆ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามแผนโครงการเหล่านั้น ปัจจัยในการสำคัญในการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการรณรงค์ด้านสาธารณสุข

1. การวางแผนให้การรณรงค์ที่เข้าใจ เข้าถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ และทัศนคติของประชาชนตลอดจนเข้าใจถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมซึ่งกำหนดวิถีชีวิตของประชาชน

2. การใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้าของเจ้าหน้าที่ในชุมชนท้องถิ่นและบุคคลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ และประชาชนเป็นกระบวนการสื่อสารที่สำคัญ โดยใช้กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ สนับสนุนและขยายขอบเขตของการสื่อสารให้กว้างขวางขึ้น

3. การใช้สื่อผสม (Mix Media) โดยเป็นการใช้สื่อที่หลากหลายชนิด วิธีทางและเวลาที่ถูกต้องเพื่อช่วยให้สารที่ต้องการสื่อสารเข้าถึงผู้รับสารเป้าหมายให้มากที่สุดและเกิดประโยชน์ในการสื่อสารมากที่สุด

4. การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร การพัฒนาด้านการเกษตรก็มีความจำเป็นต้องใช้การสื่อสารเป็นกลไกที่จะขับเคลื่อนความรู้ในด้านนี้ออกสู่ประชาชนเช่นเดียวกับการพัฒนาในด้านอื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาทางการเกษตรของประเทศ บทบาทที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทางการเกษตร คือ

4.1 การให้ข่าวสาร เพื่อแจ้งให้ประชาชนทราบเรื่องราวต่าง ๆ และเพื่อกระตุ้นความสนใจของประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้านการเกษตรและส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบใหม่ที่ให้ผลผลิตคุ้มค่า คุ่มค่าในการลงทุนลงแรงตลอดจนรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

4.2 การให้ความรู้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจวิธีการและปฏิบัติตามแนวทางการพัฒนาด้านการเกษตรในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ให้ผลผลิตคุ้มค่า คุ่มค่าในการลงทุนลงแรง ตลอดจนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น เกษตรอินทรีย์ เกษตรยั่งยืน เป็นต้น

4.3 การชักจูงใจ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาด้านการเกษตรและปฏิบัติตามแผนการพัฒนานั้น ๆ อย่างจริงจังและต่อเนื่อง

5. การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเมือง การพัฒนาทางด้านการเมืองการปกครองของประเทศต่าง ๆ นั้น ต้องอาศัยกระบวนการการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องและดำเนินไปตลอดชีวิต ดังนั้นสถาบันต่าง ๆ ในสังคมจึงมีส่วนสำคัญในการทำให้ประชาชนเกิดกระบวนการการเรียนรู้และพัฒนา เช่น ครอบครัว สถาบันการศึกษา พรรคการเมือง สมาคมวิชาชีพ เป็นต้น โดยสถาบันต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผ่านข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนผู้รับสาร

5.1 การสร้างความสนใจ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทางการเมือง ทั้งในแง่ตัวบุคคล นโยบาย ความคิดเห็น อย่างต่อเนื่องย่อมทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารทางการเมือง การปกครองโดยอัตโนมัติและสามารถสร้างความสนใจในด้านการเมืองการปกครองได้

5.2 การสร้างความรู้ความเข้าใจ การเมืองการปกครองเป็นเรื่องซับซ้อนและเข้าใจยาก การได้รับข้อมูลข่าวสารเป็นประจำอย่างต่อเนื่องจากสื่อต่าง ๆ จะช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการเมืองการปกครองให้แก่ประชาชนได้

5.3 การสร้างทัศนคติ การเสนอข่าวสาร ความคิดเห็นและข้อโต้แย้งทางการเมือง การปกครองของสื่อต่าง ๆ จะช่วยในการสร้างทัศนคติ ค่านิยม การตัดสินใจ การมีส่วนร่วมทางการเมือง หน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะพลเมืองแก่ประชาชนได้

5.4 การสร้างปฏิบัติการทางการเมือง เมื่อประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจตลอดจนเกิดทัศนคติทางการเมืองแล้ว การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ จะนำไปสู่การปฏิบัติการทางการเมืองด้วยการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองการปกครอง การใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง การเข้าเป็นสมาชิกพรรคการเมือง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเมือง การแสดงประชามติ เป็นต้น

6. การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสังคม ปัญหาสำคัญของประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา คือ เมื่อเกิดการพัฒนาทางด้านวัตถุและมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้

ในประเทศก็มักจะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและนำไปสู่การเกิดปัญหาสังคมตามมา เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหายาเสพติด ปัญหาแหล่งเสื่อมโทรม ปัญหาด้านศีลธรรม เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับอุดมการณ์ในการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริงที่มุ่งให้ประชาชนและสถาบันต่าง ๆ ในประเทศสามารถปรับตัวได้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างสมดุล การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ถูกนำมาใช้เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารสร้างทัศนคติ ปลุกฝังและขับเคลื่อนอุดมการณ์ต่าง ๆ ทางสังคม

7. การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัฒนธรรม การสื่อสารกับวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในแง่หนึ่งนั้นการสื่อสารเกิดขึ้นภายในขอบเขตของวัฒนธรรม วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการสื่อสารเพราะวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกในสังคม ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารก็เป็นเครื่องมือในการทำให้วัฒนธรรมดำรงอยู่ได้ ในส่วนของการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมนั้นจะมีลักษณะดังนี้

7.1 การสื่อสารช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของชาติในด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน ทำให้วัฒนธรรมของชาติแพร่หลายและคงความเป็นชาติไว้

7.2 การสื่อสารเผยแพร่วัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นจากพื้นที่ต่าง ๆ มาสู่ส่วนอื่น ๆ ของประเทศก่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และสร้างความเป็นปึกแผ่นระหว่างคนในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ในประเทศซึ่งเป็นอุดมการณ์อย่างหนึ่งของการพัฒนาประเทศ รวมทั้งยังทำให้วัฒนธรรมของคนเฉพาะกลุ่มเฉพาะพื้นที่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายจนกลายเป็นวัฒนธรรมของมวลชน

7.3 การสื่อสารช่วยทบทวนบำรุง รักษา ส่งเสริม และถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ดีงามจากรุ่นสู่รุ่น เช่น กิริยามารยาท การเข้าสังคม ศาสนา เอกลักษณ์ของชาติ เป็นต้น เพื่อปลุกฝังให้สมาชิกในสังคมมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชาติและสืบทอดวัฒนธรรมต่าง ๆ เหล่านี้ต่อไป

7.4 การสื่อสารช่วยให้การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเหมาะสมกับเวลาและวิถีชีวิตของประชาชนควบคุมให้การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเป็นวัฒนธรรมที่ทำให้วิถีชีวิตของประชาชนดีขึ้น ควบคุมและป้องกันไม่ให้วัฒนธรรมต่างชาติซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ไม่เหมาะสมกับสังคมกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของประชาชน

8. การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม การสื่อสารมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม โดยการสื่อสารมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในลักษณะดังนี้

8.1 การสื่อสารช่วยให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีความรู้ความเข้าใจสถานการณ์และนโยบายการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ

8.2 การสื่อสารช่วยในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการต่าง ๆ ในตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งในด้านกิจกรรมการผลิตและกิจกรรมการบริโภค

8.3 การสื่อสารช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมทางด้านเศรษฐกิจระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งในด้านการเข้ามามีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นเพื่อวางแผนพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการผลิต การบริโภค การตลาดและการส่งเสริมการขายต่าง ๆ การมีส่วนร่วมในการวิพากษ์วิจารณ์นโยบายและประเด็นทางเศรษฐกิจต่าง ๆ การก่อตั้งสหภาพแรงงานเพื่อตรวจสอบดูแลและผลประโยชน์ของกลุ่มแรงงาน เป็นต้น

7. สื่อเพื่อการพัฒนา

สื่อ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลและมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศโดยสื่อเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบการสื่อสารขั้นพื้นฐานของการสื่อสาร ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ หรือช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร สื่อจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เป็นตัวหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่น เมื่อพูด สื่อก็คือคลื่นเสียงในอากาศ เมื่ออ่าน สื่อก็คือ คลื่นแสงในอากาศและกระดาษ หนังสือพิมพ์ เมื่อดูโทรทัศน์ สื่อก็คือคลื่นแสงและจอโทรทัศน์ด้วย ดังนั้นสื่อจึงมีความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาหลาย ๆ ด้าน หลาย ๆ ประการด้วยกัน เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อใหม่ เป็นต้น

ประเภทของสื่อเพื่อการพัฒนา

โดยสื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นสามารถแบ่งได้หลายประเภทดังต่อไปนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2548)

สื่อมวลชน

สื่อมวลชน (Mass media) เป็นสื่ออิทธิพลและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาหลาย ๆ ประการด้วยมีลักษณะเฉพาะที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาหลาย ๆ ประการด้วย เช่น มีความกว้างไกลในการกระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ มีความรวดเร็วในการถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างถูกต้องแม่นยำกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้

สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา

สื่อมวลชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนไทยในด้านหนึ่งได้ทำให้คนทั้งในเมืองและชนบท มีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่กว้างไกลขึ้น มีทางเลือกในการทำงานอาชีพมากขึ้น มีความพร้อมและความตื่นตัวที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ มากขึ้น

สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา มีดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2548)

1. สื่อสิ่งพิมพ์ ในที่นี้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร แม้ในปัจจุบันจะมีหนังสือพิมพ์และนิตยสารจำนวนมาก แต่ก็ดูเข้าไม่ถึงประชาชนในชนบทมากนัก และในบางครั้งแม้จะเข้าถึงแต่ประชาชนก็ไม่เปิดรับ เหตุผลที่ทำให้หนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ เข้าไม่ถึงชาวบ้านในชนบทอาจจะสืบเนื่องมาจากปัญหาการอ่านออกเขียนได้ และสภาพเศรษฐกิจของชาวบ้านเอง แต่กระนั้น หนังสือพิมพ์ และนิตยสารหลายฉบับก็มีความพยายามปรับตัวเพื่อเป็น "สื่อเพื่อการพัฒนา" ดังเห็นได้จากการเปิดคอลัมน์ทางด้านการเกษตร การเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านเทคโนโลยี พื้นบ้าน การวิเคราะห์แนวโน้มผลผลิตทางการเกษตรเพื่อการส่งออก ตลอดจนข่าวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อชาวบ้านและเกษตรกร เช่น การจัดนิทรรศการ การประกวด การจัดอบรม สัมมนา เป็นต้น

2. วิทย์ ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2529, น. 11) เมื่อปีพ.ศ. 2527 ระบุว่า จำนวนครัวเรือนที่มีเครื่องรับวิทยุไว้ในครอบครอง มีประมาณร้อยละ 75.3 ของครัวเรือนทั้งหมด สื่อวิทยุ จึงนับว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนมากที่สุด แต่น่าเสียดายผู้ฟังวิทยุเลือกที่เปิดรับรายการบันเทิงโดยการรับฟังรายการเพลงไทยสากล เพลงลูกทุ่ง ละครววิทยุ ฯลฯ มากกว่าที่จะเปิดรับฟังรายการที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนา

3. ผลการสำรวจในปีเดียวกันการสำรวจวิทยุ พบว่า จำนวนครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ในการครอบครองทั่วราชอาณาจักร มีทั้งสิ้นประมาณร้อยละ 33.1 ของครัวเรือนทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ติดตามเปิดรับรายการละครหรือภาพยนตร์ไทย การ์ตูน เพลง การแสดง ฯลฯ ส่วนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาโดยตรง เช่น รายการเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ รายการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย ยังมีค่อนข้างน้อย

สื่อบุคคล

สื่อบุคคล (human media) เป็นพื้นฐานดั้งเดิมของมนุษย์และเป็นช่องทางสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคล ในการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารที่มีบุคคลเป็นสื่อ นั้น เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอีกคนหนึ่งแบบตัวต่อตัว ทั้งโดยการเห็นหน้าค่าตา เช่น การพูดกันต่อหน้า และการไม่เห็นหน้าค่าตา เช่น การคุยโทรศัพท์ การใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นต้น ส่วนอีกลักษณะหนึ่ง เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มย่อยที่ทุกคนสามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้อย่างทั่วถึง เช่น การสัมมนา กลุ่ม การประชุม ระดมความคิดเห็น เป็นต้น

อิทธิพลของสื่อบุคคล สำหรับสื่อบุคคลในมุมมองของการพัฒนานั้น แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ สื่อบุคคลภายในท้องถิ่นและสื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น (เสถียร เขยประทับ, 2523)

1. สื่อบุคคลภายในท้องถิ่น บุคคลกลุ่มนี้ ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นในหมู่บ้านและในชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน พระ ครู แพทย์ ฯลฯ ซึ่งล้วนแต่เป็นผู้ที่รู้จักมักคุ้นกับชาวบ้านเป็นอย่างดี และมีวิถีชีวิตแบบเดียวกับชาวบ้านในชุมชน

2. สื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น บุคคลกลุ่มนี้ ได้แก่ นักพัฒนาหรือพัฒนาการ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประสานงานโครงการพัฒนา นักวิจัย ฯลฯ

สื่อบุคคลกับการพัฒนา

1. ปัจจัยของสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ

ปัจจัยที่ทำให้สื่อบุคคลฐานะที่เป็นผู้ส่งสารเหล่านี้ มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารเป้าหมาย ได้แก่

1.1 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือในที่นี้ คือ ระดับความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณส่งสารเป็นที่ไว้วางใจได้ และมีความสามารถ หากผู้รับสารเป้าหมายมีความรู้สึกว่าคุณพัฒนาหรือผู้นำความคิดเห็นมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น

1.2 ความดึงดูดใจ (Attractiveness) ผู้ส่งสารที่มีความดึงดูดใจย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจหรือพึงพอใจในการพบเห็นพูดคุย เช่นเดียวกับการโฆษณาสินค้าที่นิยมนำดาราราภาพยนตร์ ศิลปินเพลง ทั้ง ๆ ที่บุคคลผู้นั้นอาจไม่ใช่ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือหรือผู้เชี่ยวชาญในตัวสินค้านั้น ๆ โดยเฉพาะ แต่เป็นเพียงผู้ที่มีบุคลิกภาพน่าดึงดูดใจ ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและคล้อยตามข่าวสารได้

2. บทบาทของนักพัฒนา

นักพัฒนา หมายถึง บุคคลภายนอกชุมชนที่เข้าไปมีบทบาทหรือมีส่วนในการผลักดันให้บุคคลในชุมชนเกิดความเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น “นักพัฒนา” หมายถึงทั้งพัฒนาการ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือเจ้าหน้าที่รัฐ และอาสาสมัครหรือเจ้าหน้าที่ขององค์กรพัฒนาเอกชน

3. บทบาทผู้นำความคิดเห็น

ผู้นำความคิดเห็น (Opinion leader) เป็นผู้นำที่ได้รับการยอมรับนับถือบุคคลทั่วไปในชุมชน ผู้นำความคิดเห็นจึงไม่มีอิทธิพลโดยตำแหน่ง การที่ชาวบ้านเชื่อฟังหรือคล้อยตามเห็นด้วยนั้นเป็นเพราะความชื่นชม ศรัทธาในตัวผู้นำและผลงานที่ผ่านมาของเขา เช่น เป็นผู้ที่มี

ความมุ่งมั่นในการพัฒนา มีความซื่อสัตย์ มีวิสัยทัศน์ ฯลฯ ไม่ใช่เชื่อฟังเพราะว่า เขาเป็นผู้ใหญ่บ้าน กำนันหรือประธานองค์การบริหารส่วนตำบล (เสถียร เขยประทับ, 2528)

สื่อพื้นบ้าน สื่อพื้นบ้าน (folk media) เป็นสื่อที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับมนุษย์ โดยได้รับการถ่ายทอดจากชนรุ่นก่อน ๆ สืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน สื่อพื้นบ้านนับเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ และมีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์สังคมอย่างยิ่ง (สมควร กวียะ, 2528)

สื่อพื้นบ้าน หมายถึง รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือบุคคลกับกลุ่มคนที่ได้ประพุดติ ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเกิดความเคยชินเป็นประเพณี ทั้งยังครอบคลุมถึงประเพณี เรื่องภาษา ท่าทาง การแต่งกาย เครื่องใช้ ฯลฯ ที่คนในสังคมหนึ่งกำหนดความหมายที่แน่นอนเอาไว้ให้เป็นที่เข้าใจตรงกัน สื่อพื้นบ้านจึงครอบคลุมถึงการแสดงต่าง ๆ เช่น เพลง ละคร การละเล่นและกีฬาที่เปิดโอกาสให้มีสนทนาวิสาสะตลอดจนประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยให้เกิดการสื่อสาร

จำแนกประเภทสื่อพื้นบ้าน

ได้จำแนกสื่อพื้นบ้านออกเป็น 5 ประเภท ตามลักษณะของช่องทางการสื่อสารหรือครรลองของการสื่อสาร (สมควร กวียะ อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2535) ดังนี้

1. ครรลองโสต ได้แก่
 - 1.1 เพลงดนตรี เช่น เพลงกล่อมเด็ก เพลงลูกทุ่ง เพลงไทยเดิม
 - 1.2 การบอกเล่า เช่น นิทาน คำพังเพย คติชาวบ้าน
2. ครรลองทัศน์ ได้แก่
 - 2.1 การอ่าน เช่น วรรณคดี วรรณกรรม
 - 2.2 จิตรกรรมและประติมากรรม เช่น ภาพเขียนฝาผนัง พระพุทธรูปลายไทย
 - 2.3 สถาปัตยกรรม เช่น เรือนไทย โบสถ์ โรงหนังตะลุง
 - 2.4 อุปกรณ์การแสดง เช่น ฉากลิเก เครื่องแต่งกายรำไทย
 - 2.5 ของเล่นของใช้ เช่น เขียนหมาก ภาชนะใบตอง กระบวยตักน้ำ
 - 2.6 ภาษาท่าทาง เช่น การไหว้ การยิ้ม
3. ครรลองโสตทัศน์ ได้แก่
 - 3.1 การเชิดหุ่น เช่น หุ่นกระบอก หนังตะลุง
 - 3.2 การฟ้อนรำ เช่น เข็มกระต๊อบ รำลาวกระทบไม้ รำฉุยฉาย

3.3 การละเล่น เช่น เพลงเรือ เพลงฉ่อย ลาดัด

3.4 พิธีกรรมและวิถีชีวิต เช่น พิธีการลอยกระทง พิธีบวช

4. ครรลองรสหรือกลิ่น ได้แก่

4.1 อาหารไทย

4.2 ดอกไม้ไทย

5. ครรลองทักษะ ได้แก่ การกระทำหรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือ การผลิต

ประเพณีต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น เช่น การร่วมร้องรำทำเพลง การร่วมขบวนแห่ การเขียนภาพลายไทย การใช้ชีวิตแบบไทย เป็นต้น

สื่อพื้นบ้านกับการพัฒนา การสื่อสารและการพัฒนาท้องถิ่น แต่ในประเทศไทยยังขาดการนำสื่อเหล่านี้มาใช้อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ซึ่งแนวทางในการพัฒนาสื่อพื้นบ้านจะประกอบไปด้วย 4 แนวทาง ดังนี้

1. การอนุรักษ์ เป็นการเก็บรักษาพื้นบ้านทั้งที่เป็นวัตถุและมีชีวิต เช่น สิ่งของเครื่องใช้ โบราณวัตถุ ควบคุมลาน นิทาน ตำนาน การละเล่น ฯลฯ ที่มีการทำขึ้นทั้งจากส่วนกลางโดยราชการและจากเอกชนหรือบุคคลที่สนใจซึ่งทำด้วยใจรัก

2. การฟื้นฟู เป็นการรื้อฟื้นประเพณี เช่น การลงแขก การเล่นดนตรีบางประเภท ฯลฯ ให้กลับฟื้นคืนมาใหม่ ซึ่งต้องอาศัยทั้งเอกชนและราชการร่วมมือกับชาวบ้านโดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบให้มีความทันสมัยมากขึ้น

3. การประยุกต์ เนื่องจากวัฒนธรรมและสื่อพื้นบ้านมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง การประยุกต์ วัฒนธรรมพื้นบ้านจึงมีมาตลอดตั้งแต่เช้าหรือเร็วเท่านั้น

4. การสร้างใหม่ การสร้างใหม่คล้ายกับการประยุกต์ เพียงแต่มีส่วนน้อยกว่าส่วนใหม่ การสร้างใหม่นี้ต้องระวังให้มาก เนื่องจากอาจจะไม่เหมาะสมและไม่เป็นที่ต้องการของชาวบ้าน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาให้ถ่องแท้ว่า สื่อหรือวัฒนธรรมเป็นความต้องการและเป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่น

สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออื่น ๆ

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีเป้าหมายหลักอยู่ที่รับสารเฉพาะกลุ่ม รูปแบบของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จุลสาร แผ่นพับ ไปสเตอร์ โบปสิ่ว จดหมายข่าว คู่มือ วิดีทัศน์ เทป นิทรรศการ เป็นต้น นอกจากนี้สื่อดังกล่าวแล้ว ก็อาจจะมีสื่ออื่น ๆ อีก เช่น หอกระจายข่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่ง

ประเภทสื่อเฉพาะกิจ สื่อเฉพาะกิจ แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทกว้าง ๆ ดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2548)

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สามารถนำไปใช้สื่อเพื่อการพัฒนาได้เป็นอย่างดี ควรมีลักษณะที่สำคัญ คือ การตอบสนองของวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจสำคัญ มีดังนี้

- 1.1 ใบปลิว หรือแผ่นปลิว คือ เอกสารที่ใช้แจกเป็นใบ ๆ
- 1.2 แผ่นพับ มีลักษณะคล้ายใบปลิว อาจพับสอง พับสาม และพับสี่ ตามแต่จะออกแบบ ไม่เย็บกลางเล่ม
- 1.3 หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก เป็นหนังสือเล่มเล็ก ๆ คล้ายแผ่นพับ มักเย็บกลาง มีจำนวนหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักไม่เกิน 10 หน้า
- 1.4 เอกสารแนะนำประกอบ เป็นหนังสือคู่มือปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ
- 1.5 แผ่นโฆษณา เป็นแผ่นแจ้งข่าวย่อ ๆ ไม่มีรายละเอียดมากนัก เพื่อกระตุ้นให้คนสนใจ เตือนความจำให้เข้าประชุม หรือร่วมกิจกรรมต่าง ๆ
- 1.6 คู่มือสื่อมวลชน เป็นแฟ้มขนาดกะทัดรัดเพื่อใส่ข่าวสารหรือข้อมูลพื้นฐานด้านความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการรณรงค์ให้สื่อมวลชนได้นำไปพิมพ์ หรือเผยแพร่ต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป
- 1.7 หนังสือฉบับพิเศษ เป็นวิธีการที่หน่วยงานจัดขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1 – 2 หน้า หรือทั้งเล่ม
- 1.8 จดหมาย เป็นเอกสารที่เสนอข่าวสั้น ๆ มีวาระการผลิตอย่างสม่ำเสมอ
- 1.9 จดหมายข่าว จดหมายถึงผู้รับจัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำหน่ายถึงบุคคลต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเราโดยตรง

1.10 ภาพพลิก เป็นสื่อที่จัดทำเป็นภาพขนาดใหญ่มีข้อความประกอบใช้บอกเรื่องราวหรือสารที่ต้องการนำเสนอ กลุ่มเป้าหมายสามารถพลิกอ่านเรื่องราวตนเองได้

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกิจ คือ สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตออกมาในรูปแสงและเสียง เช่น สปอตวิทยุ สปอตโทรทัศน์ เทปบันทึกเสียง วีดีทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ลักษณะสำคัญที่สามารถนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยการใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ

3. สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดบวชนเ้า การจัดรถเคลื่อนที่ (Mobile Unit) การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมาย และผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์ และความบันเทิงไปพร้อมกัน

สื่ออื่น ๆ

สื่ออื่น ๆ ที่จะกล่าวถึงในที่นี้ คือ หอกระจายเสียง ซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วประเทศ หอกระจายข่าวเป็นสื่อที่ใช้ชาวบ้านใช้กันเองภายในหมู่บ้าน ในชุมชนหลายแห่ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็เป็นผู้คนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นคนกลุ่มเดียวกันมีวิถีชีวิตคล้ายกันจนกล่าวได้ว่าเหมือนกันพูดภาษาเดียวกัน พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินชีวิตคล้ายกัน เช่น ปัญหาจากภัยธรรมชาติ ฝนแล้ง น้ำท่วม ปลูกข้าวได้ผลผลิตน้อย ไม่มีโรงเรียนในหมู่บ้าน เป็นต้น ซึ่งบทบาทของหอกระจายข่าวนั้น คือ การแจ้งข่าวสารและประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ภายในและภายนอกชุมชน โดยเป็นการแจ้งข่าวสารที่ไม่เปลืองงบประมาณและกระจายข่าวสารไปในแนวกว้าง ซึ่งคนในชุมชนส่วนใหญ่ก็ยังให้ความสำคัญกับการรับข่าวสารจากผู้นำชุมชนผ่านทางหอกระจายข่าวของชุมชน

ดังนั้น การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development) เป็นการผสมผสานระหว่างการสื่อสารและการพัฒนาโดยการสื่อสารมีบทบาทในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพเดิมหรือความด้อยพัฒนาให้ไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น และการพัฒนาชุมชนนั้น สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาให้ไปสู่ทิศทางที่ดีขึ้น การพัฒนาจำเป็นต้องเลือกใช้สื่อให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ที่จะทำการพัฒนาหรือการผสมผสานสื่อ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในพื้นที่ จึงจะทำให้การพัฒนานั้นมีประสิทธิภาพและตรงจุดมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการพัฒนาในชุมชนจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุก ๆ ฝ่ายของคนในชุมชน เข้ามาระดมความคิด วางแผน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการแก้ไขปัญหาหรือการพัฒนาศักยภาพในสิ่งที่ชุมชนต้องการที่จะให้เป็นในทิศทางที่ดีขึ้นและนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน เฉพาะฉะนั้นจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาทุก ๆ ระดับ ทั้งระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด หรือระดับชุมชนในท้องถิ่น โดยการสื่อสารจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนา การสื่อสารคือเครื่องมือของการพัฒนา ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความรู้ ชักจูงใจ สร้างทัศนคติ ปลูกฝัง และขับเคลื่อนอุดมการณ์ต่าง ๆ ในชุมชน อีกทั้งการสื่อสารยังช่วยทวนำรุง รักษา ส่งเสริม ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ดีงามจากผู้นำสู่

และสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการร่วมกันวางแผน การพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืนสืบต่อไป

8. แนวคิดการสื่อสารนวัตกรรม

8.1 การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ Rogers ได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์ที่ใช้เป็นแนวทางทำกิจกรรมการขับเคลื่อนชุมชน ซึ่งจะให้รายละเอียดแก่เราเกี่ยวกับรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ การนำไปปฏิบัติหรือเทคนิคในการทำให้สิ่งใหม่นั้นมีการนำไปใช้จากคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่ง จนกระทั่งกลายเป็นเรื่องปกติหรือเป็นบรรทัดฐานของสังคมนั้นไป ซึ่งรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ นั้นเองที่เรียกกันว่า "นวัตกรรม" Rogers (1983, p. 11 อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543, น. 84) ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) ว่า นวัตกรรม คือ ความคิดการกระทำ หรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งถูก รับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับโดยการพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นนวัตกรรมนั้น โรเจอร์ได้ชี้ให้เห็นว่าขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขาหรือไม่อีกประการหนึ่งความใหม่ อาจขึ้นอยู่กับเวลาด้วยสิ่งใหม่ ๆ ตามความหมายของนวัตกรรมนี้ไม่จำเป็นต้องใหม่จริง ๆ แต่อาจหมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นความคิดหรือการปฏิบัติที่เคยทำกันมาแล้วแต่ได้หยุดกันไประยะเวลาหนึ่งต่อมามีการรื้อฟื้นขึ้นมาทำใหม่ เนื่องจากเห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาในสภาพการณ์นั้นได้ ซึ่งอาจสรุปนวัตกรรมในความหมายของโรเจอร์ ได้ดังต่อไปนี้

1. สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีผู้ใดเคยทำมาก่อนเลย
2. สิ่งใหม่ที่เคยทำมาแล้วในอดีตแต่มีการรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่
3. สิ่งใหม่ที่มีการพัฒนามาจากของเก่าที่มีอยู่เดิม

การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสารหรือ พฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่บุคคลกลุ่มอื่นโดยกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้น อันจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำอธิบายของการแพร่กระจายนวัตกรรม ไว้ดังนี้

เสถียรเชย เชนประทับ (2528, น. 58) กล่าวว่า การเผยแพร่รนวัตกรรม เป็นการสื่อสารแบบพิเศษชนิดหนึ่งที่มีความคิดใหม่ สิ่งใหม่ วิถีปฏิบัติใหม่ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ได้ถูกเผยแพร่ไปยัง สมาชิกของสังคมในช่วงระยะหนึ่ง

เมตตา กฤตวิทย์ (2532, น. 130) กล่าวว่า การแพร่กระจายนวัตกรรม เป็นการส่งผ่านความคิดใหม่ผ่านสื่อมวลชนไปยังสมาชิกของสังคมด้วยการอาศัยเวลาให้ประชาชนได้ศึกษาและยอมรับในการคิดใหม่

ณรงค์ สมพงษ์ (2543, น. 88) การแพร่กระจายนวัตกรรม จึงเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสาร หรือพฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่กลุ่มบุคคลอื่น โดยกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้น อันจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคม และวัฒนธรรมการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด

การแพร่กระจายนวัตกรรมตามขั้นตอนข้างต้นจะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมอื่นประกอบ ได้แก่ (Roger, 2003, pp. 11-31, 35-38)

1. ปัจเจกบุคคล ซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม โดยบุคคลที่มีภาวะความเป็นนวัตกรรมสูง (High innovativeness) จะเป็นผู้รับนวัตกรรมเร็ว หรือที่เรียกว่า นวัตกรรม (Innovators) ในขณะที่บุคคลผู้มีภาวะนวัตกรรมต่ำ (Low innovativeness) จะเป็นผู้ที่รับนวัตกรรมได้ช้า ทำให้เป็นผู้ล่าหลัง (Laggards) หรือผู้ปฏิเสธนวัตกรรม

2. ระบบสังคม ระบบสังคมที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ได้แก่ สังคมสมัยใหม่และสังคมโบราณหรือสังคมประเพณี สังคมสมัยใหม่มีการรับนวัตกรรมอย่างรวดเร็วและมีการรับนวัตกรรมในปริมาณที่มากกว่าสังคมแบบประเพณี เนื่องจากสังคมสมัยใหม่มีระบบค่านิยมและบรรทัดฐานสังคมในลักษณะที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสังคมให้เจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะค่านิยมทางวัตถุที่สนับสนุนให้เกิดการรับนวัตกรรมใหม่มาทดลองใช้ในสังคม ในขณะที่สังคมโบราณหรือสังคมประเพณีไม่มีระบบค่านิยมและบรรทัดฐานสังคมเช่นนี้ จึงไม่สนับสนุนการรับนวัตกรรม

3. การสื่อสาร การสื่อสารมีความสำคัญต่อการรับนวัตกรรม ซึ่งเป็นหัวใจของกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้ายเพื่อสรุปว่ายอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ซึ่งระดับในการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวข้องกับปริมาณและความหลากหลายของช่องทางสื่อสารในองค์กรหรือสังคม องค์กรหรือสังคมที่มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายสามารถกระตุ้นให้บุคคลตระหนักถึงคุณค่าของนวัตกรรมได้ง่ายกว่าสังคมที่มีช่องทางการสื่อสารที่จำกัด ซึ่งทำให้ผู้รับนวัตกรรมได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลเท่านั้น

4. ลักษณะของนวัตกรรม ซึ่งส่งผลต่อบุคคลในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม และส่งผลต่อระยะเวลาในการยอมรับนวัตกรรม คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ใช้ในการพิจารณายอมรับนวัตกรรม มี 5 ประการ ได้แก่ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2542)

4.1 ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantages) หมายถึง ประโยชน์ที่ผู้รับนวัตกรรมจะได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีอยู่เดิม ยิ่งนวัตกรรมมีคุณสมบัติที่ดีกว่าและให้ประโยชน์มากกว่า เช่น มีความง่ายในการนำไปใช้หรือราคาถูกยิ่งมีโอกาสที่จะได้รับการยอมรับมากเป็นต้น

4.2 ความเข้ากันได้ (Compatibility) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมเห็นว่านวัตกรรมนั้นมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับตนในด้านต่าง ๆ อาทิ ค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และทักษะต่าง ๆ

4.3 ความไม่ซับซ้อน (Non – complexity) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมไม่ต้องทุ่มเทเวลายาวนานในการทำความเข้าใจหรือเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ

4.4 โอกาสในการทดลองใช้ (Trial ability) หมายถึง โอกาสที่ผู้รับนวัตกรรมจะได้ทดลองใช้นวัตกรรม โดยไม่มีเงื่อนไขผูกมัดที่จะต้องรับนวัตกรรม

4.5 โอกาสในการสังเกตเห็นได้ (Observability) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมสามารถสังเกตเห็นการใช้นวัตกรรมของบุคคลอื่น ๆ ได้ทั้งในเชิงรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ได้รับและผลกระทบต่าง ๆ ก่อนที่ตนจะตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

5. เวลา หมายถึง เวลาในการใช้นวัตกรรมและระยะเวลาในการเผยแพร่ นวัตกรรม ซึ่งต่างมีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมโดยระยะเวลาในการเผยแพร่ที่สั้นเกินไปอาจทำให้ผู้รับนวัตกรรมไม่ได้ทำความคุ้นเคยกับนวัตกรรมเพียงพอในการตัดสินใจยอมรับ นวัตกรรมอย่างเข้าใจและสามารถนำไปใช้ได้จริง ซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนของการใช้นวัตกรรม ในขณะที่ระยะเวลาที่กำหนดเผยแพร่ที่ยาวนานเกินไปจะทำให้เกิดความล่าช้าของผู้รับนวัตกรรม

8.2 องค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรม

องค์ประกอบของการเผยแพร่กระจายนวัตกรรม (Rogers, 2003, p. 125) มีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ ที่ทำให้การเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นประสบความสำเร็จ ได้แก่

1. มีนวัตกรรม (Innovation)
2. ซึ่งถูกถ่ายทอดผ่านช่องทาง (Channels)
3. ในระยะเวลาหนึ่ง (Over time)
4. ไปยังสมาชิกในสังคม

ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. นวัตกรรม

ในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ความเร็วหรือช้าในการยอมรับ นวัตกรรม ไต ๆ นั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรม ดังต่อไปนี้

1.1 ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นมีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่าหรือวิธีปฏิบัติแบบเดิม

1.2 ความสอดคล้อง (Compatibility) คือ ระดับของความสัมพันธ์ของนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเป็นอยู่ประสพการณ์ในอดีตและแนวโน้มความต้องการของผู้รับนวัตกรรม

1.3 ความซับซ้อน (Complexity) คือ ระดับของความยากง่ายในการทำ ความเข้าใจหรือในการนำนวัตกรรมมาใช้

1.4 การทดลองใช้ได้ (Trialability) คือ ระดับที่นวัตกรรมสามารถแบ่ง ออกเป็นส่วนย่อยได้ เพื่อนำไปทดลองใช้

1.5 การสังเกตเห็นได้ (Observability) คือ ระดับที่บุคคลสามารถสังเกตเห็น ผล ของนวัตกรรมได้

2. ช่องทางการสื่อสาร

การสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัตกรรม เป็นกระบวนการที่สารถูกถ่ายทอดจาก แหล่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม บาง ประการของผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสารที่นำมาใช้ในการเผยแพร่วัตกรรม ประกอบด้วย

2.1 ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลและช่องทางการสื่อสารมวลชน ซึ่งทั้งสองช่องทางมีความสำคัญในชั้นต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมแตกต่างกันคือ ช่องทางการสื่อสารมวลชนมีความสำคัญในชั้นความรู้และช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญในชั้นตอนการจูงใจ นอกจากนี้ยังพบว่าในประเทศที่กำลังพัฒนานั้น ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญในชั้นความรู้ด้วย

2.2 ช่องทางการสื่อสารภายในสังคมและช่องทางการสื่อสารภายนอกสังคม ในการแบ่งประเภทช่องทางการสื่อสารในสังคมขึ้นอยู่กับจุดเริ่มต้น กล่าวคือ ช่องทางการสื่อสารภายในมีจุดเริ่มต้นที่ระบบสังคมของผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสารภายนอกมีจุดเริ่มต้นจากภายนอก ระบบสังคม เช่น การพูดปากต่อปากเพื่อกระจายข่าวสาร อาจเป็นไปได้ทั้งภายนอกหรือภายใน ขึ้นอยู่กับแหล่งข่าวสารนั้นอยู่ภายในหรือภายนอกสังคมของผู้รับสาร การตัดสินใจเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่วัตกรรมของผู้ส่งสารนั้น โดยปกติยึดหลักสำคัญสองประการ คือ วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่อยู่ในขั้นตอนใดของกระบวนการตัดสินใจ เกี่ยวกับนวัตกรรมของประชาชน และ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายว่า มีลักษณะ พฤติกรรมการใช้สื่อ และมีความสามารถในการรับสาร ใดๆ รวมไปถึงมีสื่ออะไรในการรับสาร

3. ช่วงระยะเวลา

ช่วงระยะเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร 3 สถานการณ์ด้วยกัน คือ

3.1 เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

3.2 เกี่ยวข้องกับความเร็วหรือความช้าของบุคคลในการยอมรับนวัตกรรม

เมื่อเปรียบเทียบกับสมาชิกคนอื่นในสังคมเดียวกัน

3.3 เกี่ยวข้องกับอัตราการยอมรับนวัตกรรมในสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งโดยปกติจะวัดดูว่าในช่วงเวลาหนึ่งหลังจากที่ได้มีการเผยแพร่ข่าวสารแล้ว มีคนยอมรับนวัตกรรมมากน้อยแค่ไหน

3.3.1 กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองที่บุคคลจะต้องผ่านขั้นหรือระยะต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นแรกที่ตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรมไปจนถึงขั้นตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม และในที่สุดถึงขั้นยืนยันการตัดสินใจที่กระทำไปแล้ว กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับ นวัตกรรมมี 5 ขั้นตอน คือ

1) ขั้นความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่า มีนวัตกรรมอยู่ และมีความเข้าใจถึงหน้าที่ของนวัตกรรมนั้น

2) ขั้นจูงใจ (Persuasion) เป็นขั้นที่บุคคลสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม เป็นเรื่องของอารมณ์หรือความรู้สึกว่าจะสร้างทัศนคติที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งจะเกิดขึ้นหลังจากมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ก่อนในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม บุคลิกภาพส่วนตัวและบรรทัดฐานของสังคมจะมีอิทธิพลต่อการแสวงหาและการนำข่าวสารที่ได้รับมาเลือกติดตามทัศนคติและความเชื่อของตนโดยบุคคลคุยกับเพื่อที่มีลักษณะทั่ว ๆ ไปทางสังคมเหมือนกัน เช่น เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง

3) ขั้นตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นที่บุคคลทำกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

4) ขั้นการนำมาใช้ (Implementation) เป็นขั้นที่บุคคลนำนวัตกรรมไปใช้

5) ขั้นทบทวนการตัดสินใจ (Confirmation) เป็นขั้นที่บุคคลแสวงหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ทำไปแล้ว แต่อาจเปลี่ยนการตัดสินใจได้ หากทราบข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่ขัดแย้งกับนวัตกรรมนั้น

3.3.2 โรเจอร์ส (Rogers, 2003, pp. 248-250) จำแนกลักษณะของบุคคล ที่มีต่อการยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) พวกชอบของใหม่ (Innovators) เป็นพวกที่มีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรมชอบทดลองมีความสัมพันธ์กับโลกภายนอกมากกว่าคนอื่น ๆ มีความสามารถรองรับแหล่งการเงินที่ อาจสูญเสียไปจากการทดลองของใหม่ ๆ มีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายหรือเป็นเสมือนผู้เฝ้าประตู (Gate Keeper) ในการไหลของข่าวสารของระบบสังคมนั้นด้วย

2) กลุ่มรับนวัตกรรมได้ง่าย (Early Adopters) เป็นผู้นำท้องถิ่น และเป็นผู้นำความคิดในระบบสังคมมีความเป็นคนที่ต้องถิ่นมากกว่า เป็นผู้ประเมินนวัตกรรมให้กับกลุ่มเพื่อน โดยใช้เครือข่ายการติดต่อส่วนบุคคลเป็นสื่อกลาง

3) กลุ่มส่วนใหญ่ (Majority) ถือเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในสังคม เป็นพวกที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนสมาชิกโดยเฉลี่ยในสังคมเล็กน้อยและให้ความเชื่อถือต่อข่าวสารมาก ลักษณะการยอมรับจะเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป

4) กลุ่มยอมรับช้า (Late Majority) เป็นพวกที่ยอมรับนวัตกรรมช้า การยอมรับนวัตกรรมเกิดขึ้นเนื่องจากความจำเป็นทางเศรษฐกิจและแรงกดดันทางสังคม

5) กลุ่มล่าช้า (Laggards) เป็นกลุ่มที่ก้าวไปไม่ทันกลุ่มอื่น ๆ มักยึดติดกับความคิดเก่า ๆ ของตนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ขาดความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง

3.3.3 อัตราการยอมรับนวัตกรรมขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรม โดยพิจารณาจากระยะเวลาที่สมาชิกของระบบสังคมจำนวนหนึ่งที่ต้องใช้ในการยอมรับนวัตกรรม

4. สมาชิกภายในระบบสังคม

นวัตกรรมที่เผยแพร่เข้ามาสู่สังคมก็อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธโดยสมาชิกแต่ละคนภายในสังคมหรือระบบสังคมก็ได้ ดังนั้น การตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมที่เผยแพร่เข้ามาในระบบสังคม จึงสามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่าง ๆ กัน ดังนี้

4.1 การตัดสินใจระดับบุคคล (Optional Decision) เป็นการที่แต่ละบุคคลตัดสินใจด้วยตนเองโดยอิสระ การตัดสินใจประเภทนี้จะส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลเองไม่ได้กระทบกระเทือนบุคคลอื่น ๆ ภายในสังคม

4.2 การตัดสินใจร่วมกันหรือการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Collective Decision) เป็นการที่แต่ละบุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่สมาชิกของระบบสังคมตัดสินใจร่วมกันเมื่อมีการตัดสินใจแล้ว สมาชิกทุกคนในระบบสังคมต้องทำตามการตัดสินใจนั้น

4.3 การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (Authority Decision) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมโดยผู้ที่อยู่ในตำแหน่งหรือฐานะสูงกว่า เมื่อมีการตัดสินใจไปแล้วสมาชิกแต่ละคนของ ระบบสังคมก็จะถูกบังคับให้ยอมรับการตัดสินใจนั้น

4.4 การตัดสินใจแบบบังเอิญ (Contingent Decision) เป็นการตัดสินใจรับหรือไม่รับนวัตกรรมภายหลังจากที่ได้มีการตัดสินใจประเภทใดประเภทหนึ่งในสามประเภทมาก่อน นอกจากนี้จากการศึกษาของโรเจอร์ส ในปี 2003 เกี่ยวกับเครือข่ายกาสื่อสารงานนวัตกรรม โรเจอร์สได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารในรูปแบบของเครือข่ายแบบ peer-to-peer ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่งผ่านการพูดคุย สนทนา ที่มีผลทำให้ผู้รับสารยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับสารจะให้ความเชื่อถือบุคคลที่เขารู้จักและเชื่อถือ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้ส่งสารเป็นคนที่ได้รับยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ และนำไปใช้จนประสบความสำเร็จก็จะยิ่งเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับสารต่อการยอมรับนวัตกรรมไปใช้ เพราะจะช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกมั่นใจว่าหากตนนำนวัตกรรมนั้น ๆ ไปใช้ก็จะประสบความสำเร็จเหมือนกับผู้ส่งสารที่ได้รับเอานวัตกรรมมาใช้ก่อนหน้านี้โดยที่ผู้รับสารไม่ต้องเสียเงินหรือเวลาในการทดลองนวัตกรรมด้วยตนเองอีก

8.3 ช่องทางการสื่อสารในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม

ในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้น ช่องทางที่เป็นแหล่งข้อมูลหรือแหล่งสารที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 5 ขั้นตอนของโรเจอร์สซึ่งได้กล่าวมาแล้วนั้นมีความแตกต่างกัน Beal และ Bohlen ได้ทำศึกษาไว้ดังต่อไปนี้ (ถณรงค์ สมพงษ์, 2543, น. 101)

1. สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ วารสาร และสิ่งพิมพ์นับว่ามีอิทธิพลอย่างมากในขั้นรับทราบและขั้นสนใจ เนื่องจากลักษณะในการนำเสนอเรื่องใหม่ ๆ ที่ทันสมัย ประชาชนมีความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์ซึ่งมาพร้อมกับความใหม่และเป็นสื่อที่เข้าใจง่าย เป็นเรื่องที่มีการรับรู้กันโดยทั่วไป และไม่ต้องการการตอบสนองทันทีทันใด ดังนั้น นวัตกรรมที่เสนอผ่านทางสื่อมวลชนจึงสามารถรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ทันใดเหมาะสำหรับการแจ้งให้มวลชนทราบว่าขณะนี้ได้มีนวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นแล้ว

2. สื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำศาสนา ผู้นำในท้องถิ่น นักวิชาการที่เข้ามาปฏิบัติงานในหมู่บ้าน กลุ่มคนเหล่านี้เป็นบุคคลที่อยู่รอบตัวของผู้รับนวัตกรรมและมีโอกาสจะสนทนาหรือซักถามรายละเอียดได้ง่ายสามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ได้จึงมีอิทธิพลในขั้นประเมินขั้นทดลองทำและขั้นนำไปใช้เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ต้องมีการสอบถามรายละเอียดและการให้ข้อมูลเพิ่มเติมทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร บุคคลที่อยู่ใกล้ชิดและสามารถขอคำปรึกษาได้เร็วก็คือเพื่อนและเพื่อนบ้าน ด้านนักส่งเสริมและ

นักวิชาการก็เป็นแหล่งสารที่ให้ความรู้ในเชิงเทคนิค (How-to Knowledge) ซึ่งจะทำให้ผู้รับนวัตกรรมมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้และทำตามได้อย่างถูกต้อง

3. หน่วยงานของรัฐ ได้แก่ สถาบันต่าง ๆ ของทางราชการจะมีส่วนกระตุ้น และให้การสนับสนุนผู้รับนวัตกรรมอย่างเต็มที่ในขั้นตอนประเมิน ทดลองทำและนำไปใช้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้านวัตกรรมนั้นได้รับการเห็นชอบและเป็นนโยบายของรัฐในการสนับสนุนให้ประชาชนนำไปใช้ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ตัดสินใจยอมรับนำไปใช้จริงมากยิ่งขึ้น

4. หน่วยงานเอกชน ได้แก่ องค์กร บริษัทหรือหน่วยงานพัฒนาเอกชน (Nongovernment Organization) ที่เข้ามาช่วยสนับสนุนให้มีการใช้สิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นโดยปกติแล้ว หน่วยงานเอกชนจะมีศักยภาพทางด้านสินค้า ความรู้ทางวิชาชีพและเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งเราจะพบเสมอว่าหน่วยงานเอกชนจะนำสิ่งใหม่ ๆ ไปสู่ชาวบ้านได้รวดเร็วยิ่งกว่าหน่วยงานราชการที่มีกลไกซับซ้อนและติดกับระเบียบข้อบังคับมากมาย

อีกทั้งการแพร่กระจายนวัตกรรมที่ดี ประกอบด้วยกระบวนการที่เกี่ยวข้องในการเตรียมความพร้อมขององค์กรเพื่อยอมรับนวัตกรรม มีการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่เหมาะสม และคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการแพร่กระจายนวัตกรรมเพื่อกำหนดรูปแบบและวิธีการถ่ายทอดที่หลากหลายและเหมาะสมกับภูมิสังคม ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนถึงสภาพความเป็นอยู่ และวิถีชีวิตของกลุ่มผู้รับการถ่ายทอดวัฒนธรรม เพื่อเลือกรูปแบบในการถ่ายทอดและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมตามบริบท สถานการณ์ และประเภทของผู้ยอมรับนวัตกรรม หากผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรมเลือกวิธีการถ่ายทอดได้เหมาะสมกับธรรมชาติของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม และให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการถ่ายทอดวัฒนธรรมย่อมทำให้เกิดนวัตกรรมเป็นที่ยอมรับได้ดีและมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

การมีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการกิจการใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จ การพัฒนาในยุคที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาที่เน้นหนักในด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ทำให้การนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้เพื่อผลประโยชน์ทางการผลิต ทางธุรกิจ จนเกินขอบเขต ทำให้ทรัพยากรเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว การมีส่วนร่วมเป็นวิธีที่จะระดมประชาชนให้มีบทบาทในการพัฒนาได้ดีที่สุด

1. ความหมายของการมีส่วนร่วม

Cohen, & Uphoff (1981) กล่าวถึง การมีส่วนร่วมโดยทั่วไปในขั้นตอนการตัดสินใจ ไม่ได้หมายความว่าจะเป็นการตัดสินใจได้เพียงอย่างเดียว ยังใช้ตัดสินใจควบคู่ไปกับขั้นตอนการ

ปฏิบัติการด้วยการตัดสินใจยังเกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่องผลประโยชน์ และการประเมินผลในกิจกรรมการพัฒนาด้วย จะเห็นว่าการตัดสินใจนั้นเกี่ยวข้องเกือบโดยตรงกับการปฏิบัติ แต่ก็เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์และการประเมินผลด้วย โดยที่ผลประโยชน์นั้นเป็นผลมาจากขั้นตอนการตัดสินใจแล้วทั้งสิ้น นอกจากนี้ก็ยังมีผลสะท้อนกลับจากการประเมินผล และการปฏิบัติกรกลับไปสู่การตัดสินใจอีกด้วย โดยมีแนวความคิดว่าการมีส่วนร่วมมี 4 ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลทุกขั้นตอนมีความสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมที่ขั้นตอนการตัดสินใจเป็นประการสำคัญ ซึ่งในแนวทางการมีส่วนร่วมนั้นมุ่งให้ประชาชนเป็นผู้คิดค้นปัญหาเป็นผู้ที่มีบทบาทในทุก ๆ เรื่องไม่ใช่ที่กำหนดให้ประชาชนปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่งทุกอย่างต้องเป็นเรื่องของประชาชนที่คิด

2. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ดังนั้นในการที่จะทำความเข้าใจการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้นั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ในที่นี้จะยึดความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วมตามคำนิยามของสหประชาชาติ (1983) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (participation) คือ กิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน ซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความต้องการขั้นปฏิบัติการ ขั้นประเมินผล ตลอดจนขั้นการบำรุงรักษา ในส่วนของคำว่า การสื่อสาร (Communication) นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ในที่นี้จะขอสรุปว่า การสื่อสาร คือกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารเกิดขึ้นจากการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใด (อัจฉรา ศรีพันธ์, 2554)

3. เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

3.1 เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านเผยแพร่ในวงกว้าง

3.2 เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่า ความคิดและความเชื่อของเขา ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนำเอาแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงมาเผยแพร่ในวงกว้าง และคนทั่วไปให้การยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อ ก็จะทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง

3.3 เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่ เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้ามาร่วมฝึกอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่า พวกเขาสามารถจะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากมีโอกาส

3.4 เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืนมุมมองและทัศนะของตนเอง

3.5 เพื่อชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน

3.6 ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนของชุมชน หรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่น ๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ เราต้องยอมรับว่า ผลจากการใช้แนวความคิดการพัฒนาแบบบนลงล่างนั้น ไม่เพียงแต่ไม่ได้ผลตามที่คาดหวังเอาไว้เท่านั้น หากยังก่อให้เกิดความสูญเสียในเชิงภูมิปัญญาวัฒนธรรมของชุมชน กล่าวคือ ชาวบ้านจะเกิดวัฒนธรรมแห่งการพึ่งพาการรอคอยความช่วยเหลือจากภายนอก และไม่เชื่อมั่นว่าตนเองจะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยความสามารถของตนเอง

3.7 เนื่องจากเนื้อหาของการสื่อสารชุมชนนั้น จะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตของชุมชนเอง ดังนั้นสื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณมากขึ้นเพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกหนีปัญหา (Escapist) ที่จากสื่อมวลชนกระแสหลัก

แนวความคิดสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีแนวคิดและสาระสำคัญดังปรากฏในการประชุมขององค์การยูเนสโก ณ กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย ปี ค.ศ.1977 ได้กำหนดสาระและแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ 3 ประการ ดังนี้ Servaes et al. (1996 อ้างถึงใน อัจฉรา ศรีพันธ์, 2554)

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) สิทธิในการเข้าถึงสื่อในการให้บริการแก่ชุมชน รวมทั้งสิทธิ ในการเลือกรับรายการหรือการมีส่วนร่วมในการเข้าไปจัดทวารายการในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตน อีกทั้งต้องมีช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่อรายการต่าง ๆ และกาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้กล่าวถึง การเข้าถึงสื่อ (Accessibility) เพิ่มเติมว่าอาจจำแนกได้เป็นหลายมิติดังนี้

1.1 การเข้าถึงในด้านกายภาพ (Physical Accessibility) เช่น ชาวบ้านไม่มีโอกาสได้พบปะกับเจ้าหน้าที่ เพราะระยะทางห่างไกลหรือไม่มีโอกาสได้รับเอกสารสิ่งพิมพ์ ซึ่งแจกไปไม่ถึง เป็นต้น

1.2 การเข้าถึงในด้านเศรษฐกิจ (Economic Accessibility) สื่อต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น หนังสือพิมพ์ที่จะเข้าไปถึงหมู่บ้าน แต่ถ้าชาวบ้านไม่มีเงินที่จะซื้อหามาอ่านได้ เป็นต้น

1.3 การเข้าถึงด้านวัฒนธรรม-สังคม (Social-Culture Accessibility) ได้แก่ เครื่องกีดขวางทางด้านวัฒนธรรม-สังคม ที่ปิดกั้นโอกาสในการเข้าถึงประชาชนที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ ช่องว่างทางภาษา ช่องว่างทางวัฒนธรรม เป็นต้น

2. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การที่ประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารในทุกระดับ นั่นคือ ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนทั้งในกระบวนการผลิตรายการ การบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสารต่าง ๆ ในชุมชน

3. การจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของประชาชนในชุมชนที่มีอำนาจและสิทธิในการตัดสินใจ ตั้งแต่เริ่มคิด กำหนดนโยบาย การวางแผน การลงทุน การกำหนดและจัดสรรงบประมาณ เป็นต้น ซึ่งการจัดการด้วยตนเองเป็นการมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าสิ่งใด ยูเนสโกยอมรับการจัดการด้วยตนเองว่าจะต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มากและสามารถทำได้ง่ายกว่า

กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคม ได้แก่ ปรัชญาและแนวคิดด้านประชาธิปไตยในการสื่อสารระหว่างสมาชิกในสังคม ที่มีการคำนึงถึงสิทธิการเท่าเทียมกันของบุคคล สิทธิและเสียงของบุคคลในการแสดงความคิดเห็น โอกาสในการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การมีจิตสำนึกในเชิงประโยชน์สาธารณะเหนือประโยชน์ส่วนตัว การตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตน การยอมรับฟังความคิดเห็นของบุคคลอื่น และการปฏิบัติตามแนวทางที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกส่วนใหญ่โดยเชื่อกันว่า ปรัชญา การสื่อสารเชิงประชาธิปไตย จะนำไปสู่การเพิ่มพลังให้กับสมาชิกในสังคมโดยการกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่ได้ร่วมกันกำหนดตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเอาใจใส่ดูแล และตรวจสอบโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2542)

4. องค์ประกอบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมในการสื่อสารก็อาจจะมีปัญหาเช่นเดียวกันกล่าวคือมีระดับต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปของการเข้ามามีส่วนร่วมของการสื่อสารปัจจัยที่จะเข้ามามีส่วนกำหนดระดับความมากน้อยของการมีส่วนร่วมนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

1. เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในระดับเข้ามามีส่วนร่วมแสดง ระดับเป็นผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกิริยาย้อนกลับ (feedback) ระดับวางนโยบาย ฯลฯ

2. ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น

3. ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนเองโอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อยและทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐ และชาวบ้าน สัดส่วนที่จะได้เป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไรบ้าง (ตัวอย่างในกรณีของสื่อมวลชนก็เช่น บรรดารายการ News & Talks นั้น ตัวแทนชุมชนได้มีโอกาสเป็นผู้ส่งสารหรือป่าว)

4. ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือเปล่า ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันนี้ แม้ในโทรทัศน์จะมีรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน แต่ทว่า เนื้อหาทั้งหมดยังคงเป็น "วาระแห่งชาติ" เป็นส่วนใหญ่ โอกาสที่ประเด็นท้องถิ่นจะเข้าไปเป็นเนื้อหาในสื่อมวลชนยังมีอยู่น้อย นอกจากนั้นวิธีการนำเสนอเนื้อหา หากมีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (dialogue) แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย (Collaboration) และก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Group decision-making) ก็จะทำให้การมีส่วนร่วมมีโอกาสมากขึ้น

5. ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็ก เช่น สื่อเฉพาะกิจจะเปิดโอกาสให้ชุมชนจะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคย เช่น สื่อประเพณี ก็เอื้ออำนวยให้ชาวบ้านเข้าร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยใหม่ที่แปลกหน้า

6. ผู้รับสารและการมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะมีความเชื่อพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่แตกต่างจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลักโดยสิ้นเชิง

5. การมีส่วนร่วมในองค์ประกอบการสื่อสาร

จากต้นกำเนิดแนวคิดการพัฒนาเรื่องการมีส่วนร่วมนั้น ในระยะแรก ๆ ที่มีการนำแนวคิดนี้มาบรรจุใช้ในทางปฏิบัติ เนื่องจากการรับรู้และความร่วมต่อแนวคิดดังกล่าวยังไม่ชัดเจน จึงเกิดการปฏิบัติที่แตกต่างกันและถึงมีการปฏิบัติที่เบี่ยงเบนออกไปจากเป้าหมายเดิม เช่น มีการบรรจุว่าในการทำโครงการพัฒนาชนบทนั้น ต้องให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมด้วยการนำเงินทองและแรงงานเข้ามามีส่วนร่วม แต่ในขั้นตอนอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดการ การดำเนินงาน การแบ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นยังอยู่ในอำนาจของเจ้าหน้าที่รัฐเหมือนเดิม

สำหรับเรื่องการมีส่วนร่วมในการสื่อสารก็อาจจะมีปัญหาเช่นเดียวกัน กล่าวคือ มีระดับต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปของการมีส่วนร่วมของการสื่อสารปัจจัยที่จะเข้ามามีส่วนกำหนดระดับความมากน้อยของการมีส่วนร่วมนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสาร ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

1. เป้าหมายการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในระดับเข้าร่วมแสดง ระดับผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกริยาย้อนกลับ (feedback) ระดับนโยบาย ฯลฯ
2. ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งกว่าสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลาเพิ่มขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งจะมีมากขึ้นเท่านั้น
3. ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนเองโอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อยและทั่วถึงหรือไม่ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐและชาวบ้าน สัดส่วนที่จะได้เป็นผู้ส่งสารอย่างไรบ้าง
4. ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือเปล่า ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันนี้ แม้ในโทรทัศน์จะมีรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวและสถานการณ์ในปัจจุบัน แต่ทว่า เนื้อหาทั้งหมดยังคงเป็น วาระแห่งชาติ เป็นส่วนใหญ่อากาศที่ประเด็นท้องถิ่น จะได้เข้าไปเป็นเนื้อหาในสื่อมวลชนยังมีอยู่น้อย นอกจากนั้นวิธีการนำเสนอเนื้อหา หากมีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (dialogue) แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย (collaboration) และก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Group decision – making) ก็จะทำให้การมีส่วนร่วมมีโอกาสมากขึ้น
5. ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็ก เช่น สื่อเฉพาะกิจจะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคย เช่น สื่อประเพณี ก็เอื้ออำนวยให้ชาวบ้านเข้าร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยใหม่ที่แปลกหน้า อย่างไรก็ตาม นี้ก็มิได้หมายความว่าถึงการปิดโอกาสโดยสิ้นเชิงสำหรับสื่อสมัยใหม่หรือสื่อที่มีขนาดใหญ่เช่น สื่อมวลชน เพียงแต่มีข้อพึงตระหนักถึงความยากง่ายในการเข้ามีส่วนร่วมของสื่อประเภทต่าง ๆ และการค้นคิดสร้างสรรค์กิจกรรมและช่องทางแบบใหม่ที่จะอำนวยความสะดวกในการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชน
6. ผู้รับสารและการมีปฏิกริยาป้อนกลับ (feedback) สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะมีความเชื่อพื้นฐานที่เกี่ยวข้องของผู้รับสารที่แตกต่างจากไปจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลักโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ กระบวนทัศน์ใหม่นี้จะเชื่อว่า ผู้รับสารนั้นมีไหวพริบและไม่รู้

อะไรเลยเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่จะสื่อไป หากแต่ผู้รับสารมีนั้นอาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากผู้ที่ยังคาดคิดเอาไว้

6. ระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

เนื่องจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น กระทำได้ในหลายระดับ โดยระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมี 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับน้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร
2. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง
3. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดหนึ่งที่สำคัญในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และการนำการสื่อสารมาใช้ในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ จะประกอบไปด้วย 4 ระยะ ดังนี้ (Tufte, & Mefalopulos, 2009 อ้างถึงใน อัจฉรา ศรีพันธ์, 2555)

1. การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการประเมินสถานการณ์ ค้นหาข้อผิดพลาดเชิงลึกเพื่อกำหนดวิธีการ เครื่องมือ ในการสื่อสารที่จะนำมาใช้ในโครงการสื่อสาร
2. การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการค้นหาปัญหาจากการวิจัยและหาแนวทางที่ดีที่สุดในการประยุกต์ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อบรรลุสู่การเปลี่ยนแปลงตามจุดมุ่งหมาย
3. การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร ซึ่งขั้นตอนการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่วางไว้เพื่อให้เกิดผลที่ต้องการ
4. การติดตามและการประเมินผล ในขั้นตอนนี้ต้องดำเนินการไปตลอดทั้งโครงการสื่อสารและประเมินผลกระทบบนระหว่างการดำเนินโครงการสื่อสารและผลกระทบท้ายที่ได้รับในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสามารถนำขั้นตอนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทั้ง 4 ขั้นตอนนี้มาประยุกต์ใช้ในโครงการสื่อสารได้

กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (อัจฉรา ศรีพันธ์, 2554, น. 14-17) กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกลยุทธ์การสื่อสาร ที่เหมาะสำหรับการนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย เนื่องจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาประเทศในด้านเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 จึงเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบท่อประชาชนไทยทั่วทั้งประเทศ อีกทั้งแนวคิดนี้ยังเป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยที่แตกต่างจากแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจในอดีต จึงเป็นความเปลี่ยนแปลงใหม่ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (Stakeholder) อย่างกว้างขวางเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามแนวคิดนี้ให้

ประสบความสำเร็จ โดยในบทความนี้จะเสนอแนวคิดในการนำการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยตามกระบวนการของ Tufte, & Mefaloputlos (2009 อ้างถึงใน อัจฉรา ศรีพันธ์, 2555) ซึ่งมี 4 ระยะดังนี้

1. การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participation Communication Assessment: PCA) ในระยะนี้เป็นขั้นตอนที่การวิเคราะห์และวิจัยเพื่อค้นหาประเด็นเฉพาะในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องการสร้างความรู้ ความเข้าใจ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนผ่านเทคนิคและวิธีการสื่อสารสองทางในพื้นที่ซึ่งเปิดเสรี (Open Space) ทางการสื่อสาร เช่น เวทีเสวนา เวทีประชาคม เวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ความรู้พื้นฐาน สร้างความเชื่อมั่น รับฟังปัญหาทำความเข้าใจสร้างการยอมรับในระดับกลุ่มและสร้างบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษาประเด็นด้านเศรษฐกิจและสังคม ประเด็นปัญหา ความต้องการและโอกาสเพื่อนำไปสู่การกำหนดประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจน ซึ่งเป็นประเด็นเฉพาะเพื่อดำเนินการสื่อสารสู่สาธารณะเพื่อให้เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระยะนี้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 ระบุประเด็นปัญหาและการอธิบาย ขั้นตอนนี้เริ่มจากที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เช่น คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ กรมทรัพย์สินทางปัญญา สมาคมผู้ประกอบการในชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เป็นต้น ร่วมกันสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระดับชุมชนขึ้นทั่วทั้งประเทศเพื่อร่วมกันคิดวิเคราะห์และวิจัยเพื่อค้นหาประเด็นเฉพาะในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผ่านกระบวนการต่าง ๆ เช่น การร่วมกันประเมินสถานการณ์การสื่อสาร (Participatory Communication Assessment-PCA) การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชนบท (Participatory Rural Communication Appraisal-PRCA) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เป็นต้น บนพื้นฐานของสิ่งแวดล้อมและบริบทการสื่อสารของชุมชนเพื่อให้ทุกภาคส่วนในเครือข่ายได้มีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นการสื่อสารในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญที่จะสื่อสารออกสู่สาธารณะต่อไป

1.2 สร้างพื้นที่สาธารณะ ในขั้นตอนนี้เริ่มต้นหลังจากขั้นตอนแรก คือ หลังจากทุกภาคส่วนรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างชัดเจนพร้อมทั้งได้ร่วมกันสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชนและจัดตั้งองค์การที่รับผิดชอบในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง โดยองค์การนี้จะมีหน้าที่ในการประสานงานระหว่างเครือข่ายเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้นและสร้างพื้นที่เปิดเสรีทางการสื่อสารซึ่งทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะสามารถสื่อสารในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเสรีตามหลักประชาธิปไตยในรูปแบบของการทำประชาคม การทำประชาพิจารณ์ การระดมความคิดเห็น การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน การจัดการความรู้ เป็นต้น เพื่อเป็นเวทีในการสื่อสารแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยพื้นที่สาธารณะเหล่านี้จะเป็นพื้นที่ที่ให้เครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่าง ๆ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกัน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ การเข้าถึงแหล่งทุนการวางแผนการตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการประสานความสัมพันธ์และความช่วยเหลือระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินการต่อไปอย่างยั่งยืน

1.3 ประเมินความจำเป็น ปัญหา ความเสี่ยง โอกาส และวิธีการแก้ปัญหา ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากที่ดำเนินการของเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นระยะหนึ่งแล้ว องค์การที่รับผิดชอบในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยจะต้องระดมการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นจากเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่าง ๆ ในเรื่องการประเมินความจำเป็น ปัญหา ความเสี่ยง โอกาส และวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ ผ่านพื้นที่สาธารณะที่มีอยู่ด้วยการใช้เทคนิควิธีการระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในภาคส่วนต่าง ๆ ที่หลากหลายดังนี้

1.3.1 การกวาดต้นไม้แห่งปัญญา (Problem Tree) และต้นไม้แห่งการแก้ปัญหา (Solution Tree) ซึ่งเป็นวิธีการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและหาวิธีการแก้ไขร่วมกันในชุมชนอย่างเป็นเหตุเป็นผลและทำให้มองเห็นความสัมพันธ์ของปัญหาที่เกิดขึ้นและหาวิธีการแก้ไขในภาพรวมได้อย่างชัดเจน

1.3.2 การสัมภาษณ์รายบุคคลและการประชุมกลุ่ม (One-on-One Interviews and Focus Group) ซึ่งเป็นวิธีการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและหาวิธีการแก้ไขร่วมกันในชุมชน

1.3.3 การทำแผนที่ทรัพยากรชุมชน (Community Resource Mapping) เพื่อสำรวจฐานทรัพยากรต่าง ๆ ในชุมชน

1.4 การจัดลำดับประเด็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและการสร้างการยอมรับในมุมมองที่แตกต่าง ๆ หลักจากร่วมกันประเมินความจำเป็น ปัญหา ความเสี่ยง โอกาส และวิธีการแก้ปัญหาในการที่จะนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาสู่การปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของทั้งประเทศแล้วก็นำประเด็นต่าง ๆ จากการระดมความคิดเห็นมาร่วมกันประเมินปัญหาเพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุ ความเสี่ยง ทางเลือก และโอกาสต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นซึ่งสำคัญในขั้นตอนนี้คือการ

ตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมได้ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า และการยอมรับในมุมมองที่แตกต่างของกลุ่มเครือข่าย

1.5 ข้อค้นพบที่มีเหตุผลและการระบุวิธีการแก้ไขปัญหา/ จุดมุ่งหมาย ขั้นตอนนี้ การประเมินปัญหาผ่านกระบวนการการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับมาจากขั้นตอนต่าง ๆ ก่อนหน้านี้และเลือกวิธีแก้ไขปัญหา ตลอดจนระบุจุดมุ่งหมายที่ต้องการจะสื่อสารให้ชัดเจน

2. การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Strategy Design) ในระยะนี้ประกอบด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารให้ชัดเจน กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและ / หรือเป้าหมายรอง ระดับของการเปลี่ยนแปลง เช่น ต้องการสร้าง การเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ความตระหนักรู้ ทักษะคิด หรือพฤติกรรม เป็นต้น ช่องทางและวิธีการ สื่อสาร สารที่จะต้องการสื่อสาร และผลลัพธ์หรือผลกระทบที่คาดหวัง โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ระบุประเด็นสำคัญ ขั้นตอนนี้เกิดจากการนำข้อค้นพบประเด็นเกี่ยวกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องการสื่อสาร ปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาในการสื่อสารที่ได้จาก ขั้นตอนหนึ่งมาช่วยกันสรุปประเด็นสำคัญที่จะสื่อสารไปสู่สังคมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ เกิดขึ้นในประเทศไทยได้อย่างแท้จริง ในขั้นตอนนี้จะระบุประเด็นสำคัญที่สุดที่จะสื่อสารออกไปเพื่อ สร้างการยอมรับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสาธารณชน

2.2 ระบุผู้มีส่วนร่วม หลังจากที่ได้ประเด็นที่ชัดเจนในการที่จะสื่อสารสู่สาธารณชน แล้วจึงระบุผู้มีส่วนร่วมและหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน

2.3 ร่างขอบเขตและกลยุทธ์ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นขั้นตอน ที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณชน แล้ว จึงจำเป็นต้องร่วมกันระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วนเพื่อกำหนดขอบเขตและ กลยุทธ์การสื่อสารที่จะนำไปใช้ในโครงการ

2.4 เลือกวิธีการสื่อสารและกิจกรรมการสื่อสารที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ ร่วมกัน ระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนร่วมเพื่อเลือกวิธีการสื่อสาร ตลอดจนกำหนดกิจกรรมการสื่อสารที่ คาดว่าจะช่วยให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ช่วยทำให้เกิดความรู้สึกร่วม ร่วมความผูกพันและความเป็นเจ้าของ

2.5 ระบุผู้เกี่ยวข้องและช่องทาง เป็นการระบุผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและช่องทางการ สื่อสารในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างชัดเจน

2.6 คัดกรองและจัดประเด็นสำคัญ นำประเด็นต่าง ๆ มาพิจารณาให้เกิดความ ชัดเจน จัดประเด็นสำคัญและคัดกรองข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนต่าง ๆ ข้างต้นให้สอดคล้องกัน

2.7 พิจารณาเป้าหมายที่คาดหวัง กำหนดผลลัพธ์และผลกระทบที่คาดหวังให้เกิดขึ้นภายหลังการดำเนินโครงการสื่อสารที่ชัดเจน

3. การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร (Implementation of Communication Activities) ขั้นตอนนี้เป็น การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสารตามกลยุทธ์การสื่อสารและแผนโครงการที่วางไว้ในขั้นตอนที่สองซึ่งในขั้นตอนนี้จำเป็นต้องมีการเขียนแผนปฏิบัติการสื่อสาร (Communication Action Plan) ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมายของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอนที่สอง นำมา กำหนดกลุ่มผู้รับสาร/ ผู้เกี่ยวข้อง กิจกรรมทรัพยากรที่ใช้ ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาและตัวชี้วัดความสำเร็จ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเป็นรายละเอียดที่เกี่ยวกับการปฏิบัติการสื่อสารตามแผนการสื่อสาร

4. การติดตามและการประเมินผล (Monitoring and Evaluation) การติดตามและประเมินผลสามารถทำได้ในทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มการกำหนดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสารทุกกิจกรรม และภายหลังเสร็จสิ้นการดำเนินการตามแผนการสื่อสาร โดยสามารถประเมินทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การประเมินจากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ ประเมินจากความพึงพอใจของผู้รับสาร ประเมินจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ภาวะผู้นำระดับของความเสมอภาคในการมีส่วนร่วม ความเท่าเทียมด้านข้อมูลข่าวสาร ความสามารถในการบริหารจัดการตนเองของเครือข่าย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความรู้สึกของความเป็นเจ้าของซึ่งสอดคล้องกับตัวชี้วัดความสำเร็จของแผน เป็นต้น

จากขั้นตอนการนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยจะนำไปสู่การพัฒนาในประเด็นต่าง ๆ เช่น ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระบวนการการเรียนรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างเครือข่ายในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังนำไปสู่ประเด็นการวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร ซึ่งเป็น การวิจัยที่ศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมามาตลอดจนกรณีตัวอย่างที่สำเร็จและล้มเหลวที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งควรจะเป็นการวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินการขั้นตอนแรก คือ การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และเป็นแนวทางเบื้องต้นในขั้นตอนที่สอง คือ การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

2. การวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเป็นการสำรวจทั้งในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Knowledge) ทักษะที่มีต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Attitude) ความพึงพอใจต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Satisfaction) ซึ่งควรเป็นการวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการ ดำเนินการขั้นตอนแรก คือ การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และเป็นแนวทางเบื้องต้นใน ขั้นตอนที่สอง คือ การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

3. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ซึ่งเป็น งานวิจัยที่ต้องร่วมกันทระหว่างนักวิจัย นักพัฒนา และชุมชนเพื่อทำให้ประเด็นปัญหาของชุมชน แต่ละชุมชนกระจ่างชัดยิ่งขึ้น โดยการวิจัยประเภทนี้จะเริ่มต้นจากการที่กลุ่มนักวิจัยต้องศึกษา ชุมชนให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อนจากนั้นจึงร่วมกำหนดโจทย์การวิจัยเชิงปฏิบัติการ จนถึงขั้นตอน สุดท้ายคือ แนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับสำหรับชุมชนแต่ละชุมชนที่มุ่งแสวงหาแนวทาง ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหามุมชนโดยเฉพาะ ซึ่งการวิจัยประเภทนี้เหมาะสำหรับการค้นหา แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชนและการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน ซึ่งควรจะเป็นการวิจัยเพื่อใช้ เป็นข้อมูลในการดำเนินการในทุกขั้นตอนตั้งแต่การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร และการติดตามและ การประเมินผลเพื่อให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

ดังนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่สำคัญกระบวนการหนึ่งที่สามารถ สร้างการมีส่วนร่วมจากกลุ่มคนหรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกันในกระบวนการพัฒนา โดยการการ มีส่วนร่วมนั้นจะต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นจนจบของกระบวนการหรือขั้นตอนการสื่อสาร โดยเริ่มจาก ขั้นตอนการประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การออกแบบ กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การ ปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร และการติดตามและ การประเมินผลเพื่อให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมใน การพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างแท้จริง

แนวคิดการสร้างเครือข่ายสังคม

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept) มีพัฒนาการมาจากพื้นฐานของ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) โดยมีนักคิดคนสำคัญ คือ Richard Emerson ซึ่งต่อยอดความคิดมาจาก George C. Homans โดยมีฐานคติ (Assumption) คือ ในเครือข่ายสังคมจะ ประกอบไปด้วย บุคคลหรือตัวแสดงที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามบทบาทหรือหน้าที่ของแต่ละ คน หรือความสัมพันธ์ที่มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนนั้นมีได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่ จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคม บางครั้งอาจเป็นไป

ตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยนเพราะบุคคลไม่เพียงแต่ทำตามหน้าที่ที่คาดหวังในสังคมหรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุประสงค์และทางด้านจิตใจ ในปัจจุบันสถานการณ์ภาพองค์ความรู้ของแนวคิดนี้ได้ถูกใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม การสร้างตัวตนของเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเชิงบูรณาการ รวมไปถึงการศึกษาอำนาจและการพึ่งพาภายในเครือข่าย (ธนพฤกษ์ ชามะรัตน์, 2555)

1. ความหมายของเครือข่ายสังคม

แนวคิดเครือข่ายสังคม (Social Network) เป็นหนึ่งในแนวคิดของศาสตร์ยุคใหม่ ซึ่งได้รับการพัฒนาจากนักคิดทางสังคมวิทยา เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการใช้เป็นแนวขยายในการศึกษาสังคมของแนวคิดเครือข่ายสังคม

ทั้งนี้ผู้มีให้นิยามของคำว่า เครือข่ายสังคม ไว้หลายความหมาย โดยผู้วิจัยขอนำเสนอโดยสังเขป ดังนี้

ใน Encyclopedia of Sociology (Volume 4: S-Z Index) (1887, 1992 อ้างถึงใน นฤนันท์ สุริยมณี และคณะ, 2555, น. 7) ให้นิยามของเครือข่ายทางสังคม (Social Network) หมายถึง ปรัชญาการกระทำทางสังคมในรูปแบบหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการจัดเรียงความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกชนที่ร่วมการกระทำในสังคม

ขณะที่ใน The SAGE Dictionary of Sociology (2006, p. 239 อ้างถึงใน นฤนันท์ สุริยมณี และคณะ, 2555, น. 7) ให้นิยามว่า เครือข่ายสังคม หมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของปัจเจกชน ซึ่งนักสังคมวิทยาถือว่าเป็นหน่วยวิเคราะห์ ในการศึกษาและใช้วิธีศึกษาโดยการสังเกต ก่อนจะเขียนออกมาเป็นแผนที่ปฏิสัมพันธ์

ขณะที่ Alter, & Hage (1993 อ้างถึงใน นฤมล นิราทร, 2543, น. 6) กล่าวว่า เครือข่าย (Network) หมายถึง รูปแบบทางสังคมที่เปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กร เพื่อแลกเปลี่ยนการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการร่วมกันทำงานเครือข่าย ประกอบด้วยองค์กรจำนวนหนึ่งซึ่งมีอาณาเขตที่แน่นอนหรือไม่ก็ได้ และองค์กรเหล่านี้มีฐานะเท่าเทียมกัน

ส่วน Jeremy Boissevain (1974, p. 22 อ้างถึงใน นฤนันท์ สุริยมณี และคณะ, 2555, น. 7) ให้นิยามของ เครือข่ายสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล โดยมีการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายทางสังคมหมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของปัจเจกบุคคล กลุ่ม และองค์กร ผ่านรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กิจกรรม การสื่อสาร การร่วมมือ

การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลาย ตลอดจนมีเป้าหมายร่วมกัน

2. องค์ประกอบของเครือข่ายสังคม

องค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคมสามารถแลกเปลี่ยนได้ ตามเงื่อนไขของเวลา สถานการณ์ และบริบทที่แตกต่าง เครือข่ายย่อมมีจุดรวมเพื่อป้องกันหรือการดำรงอยู่เครือข่าย ดังนั้นจึงมีนักวิชาการหรือผู้รู้ได้กำหนดองค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคมไว้หลายแนวทาง ดังนี้

ปุตตี มอนซอน และคณะ (2546, น. 6) ระบุว่า เครือข่ายมีความแตกต่างจากกลุ่ม/องค์กร กล่าวคือ กลุ่มหรือองค์กร มีลักษณะเป็นการเชื่อมโยงของปัจเจกบุคคลที่มีการรวมตัวกัน ใกล้ชิดกว่า มีเอกลักษณ์และปรัชญาการทำงานที่ชัดเจน ขณะที่เครือข่ายจะเป็นการเชื่อมโยงสายสัมพันธ์อย่างหลวม ๆ ของปัจเจก บุคคล กลุ่มองค์กร และสถาบัน โดยที่สมาชิกในเครือข่ายเข้าร่วมกิจกรรมตามปรัชญาของตนในการทำงานขององค์กรตนเองจากการเข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งอาจพิจารณาได้จากองค์ประกอบของเครือข่าย

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (2547, น. 48 – 50) กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นเครือข่าย มีดังนี้

1. หน่วยชีวิตหรือสมาชิก เป็นองค์ประกอบเบื้องต้นของความเป็นเครือข่ายที่สร้างระบบปฏิสัมพันธ์โดยแต่ละหน่วยชีวิตและแต่ละปัจเจกบุคคลจะดำเนินการสานต่อเพื่อหาแนวร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการดำรงอยู่ร่วมกันตามหลักของธรรมชาติที่ทุกสรรพสิ่งต้องพึ่งพาอาศัยและสร้างกระบวนการการที่สืบเนื่องเพื่อรักษาความเป็นไปของชีวิต ดังนั้นหน่วยชีวิตหรือสมาชิกในองค์กรเป็นองค์ประกอบหลักที่ก่อให้เกิดความเป็นเครือข่ายสังคม

2. จุดมุ่งหมาย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะหากว่าบุคคลกลุ่ม องค์กร มารวมกันเพียงเพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยไร้ความมุ่งมั่นหรือมุ่งหมายร่วมกันความสัมพันธ์ดังกล่าวมีอาจกล่าวได้ว่า เป็นเครือข่ายทางสังคม เพราะความเป็นเครือข่ายต้องมีความหมาย การร่วมกันอย่างมีจุดหมาย เพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์และกระบวนการเพื่อบรรลุจุดหมาย

3. การทำหน้าที่อย่างมีจิตสำนึก สมาชิกต้องมีจิตสำนึกต่อส่วนร่วม กล่าวคือ เมื่อพวกเขาเห็นปัญหาหรือความต้องการที่จะพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งจิตใจที่มุ่งมั่นซึ่งเป็นปัจจัยภายในของแต่ละบุคคล ย่อมเป็นแรงขับที่นำไปสู่การวิเคราะห์และการค้นหาวิธีเพื่อแก้ไขปัญหา นั้น ๆ รวมทั้งแสวงหาแนวทางร่วมจากเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อสร้างพลังอำนาจในการต่อรองหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จนกลายเป็นองค์กรเครือข่ายที่ทุกฝ่ายต่างก็มีความไว้วางใจต่อกัน ทั้งนี้เพราะความเป็นเครือข่าวนั้นสามารถที่จะตอบสนองกระบวนการแก้ไขปัญหาได้มากกว่า

4. การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนในองค์ประกอบของเครือข่าย สิ่งหนึ่งที่จะขาดไม่ได้ คือ การมีส่วนร่วม การพึ่งพาอาศัยกันและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ในสมาชิกเป็นปัจจัยหนุนเสริมให้เครือข่ายนั้นมีพลังมากขึ้น เพราะการมีส่วนร่วมจะทำให้สมาชิกมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย ซึ่งจะช่วยให้ทุกฝ่ายหันหน้าเข้าหากันและพึ่งพากันมากขึ้น นอกจากนี้ ในระบบความสัมพันธ์ของเครือข่าย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะจะนำไปสู่การให้และการรับ รวมถึงการระดมทรัพยากรเพื่อให้ภารกิจที่เครือข่ายดำเนินการร่วมกันนั้นบรรลุถึงเป้าหมาย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันจึงเป็นทั้งแนวคิด กระบวนการและวิธีการของการจัดการเครือข่ายเป็นกระบวนการสร้างข้อมูลที่ต่อเนื่องการมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนจึงเสมือนกลไกที่เป็นแรงผลักดันให้ความเป็นเครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

5. ระบบความสัมพันธ์และการสื่อสาร กล่าวถึงเครือข่ายว่าเป็นความสัมพันธ์ที่โยงใยสิ่งที่มีความสำคัญกับเครือข่าย คือ ข้อมูลและการสื่อสารระหว่างกัน นับตั้งแต่การสื่อสารระหว่างปัจเจกบุคคลกับปัจเจกบุคคล กลุ่มกับกลุ่ม และระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายรวมทั้งระบบความสัมพันธ์ภาพดีต่อกัน ความสัมพันธ์ที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารที่ต่อเนื่องเช่นกัน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายถ้าระบบความสัมพันธ์ไม่ได้รับการตอบสนองหรือขาดการติดต่อ ความเป็นเครือข่ายต้องยึดหลักการความสัมพันธ์การสื่อสารระหว่างกัน โดยมีกิจกรรมและข้อมูลเพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวของเครือข่ายนั้น ๆ

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543, น. 37-43) กล่าวว่าองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่าย ทั้งหมด 7 ข้อ ดังนี้

1. การรับรู้ร่วมกัน (Common Perception) การสร้างความรับรู้ร่วมกันถึงเหตุผล การเข้าร่วมเป็นเครือข่าย เช่น มีความเข้าใจในปัญหาและมีสำนึกในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน มีประสบการณ์ในปัญหาร่วมกัน มีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น จะส่งผลให้สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจของเครือข่ายที่ทำให้เครือข่ายมีความต่อเนื่อง แต่ไม่ได้หมายความว่าสมาชิกของเครือข่ายไม่สามารถจะมีความคิดเห็นแตกต่างกัน เพราะมุมมองที่แตกต่างกันย่อมมีประโยชน์ช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ในการทำงาน

2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมเป็นการมองเห็นภาพของจุดมุ่งหมายร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม เป็นการสร้างการรับรู้เข้าใจถึงทิศทางเดียวกัน จะช่วยให้ขับเคลื่อนไหวยังมีพลัง เกิดเอกภาพและช่วยลดความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองที่แตกต่าง

เนื่องจากเมื่อวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายส่วนตัวขัดแย้งกับวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของเครือข่าย พฤติกรรมการปฏิบัติของสมาชิกก็จะแตกต่างจากสิ่งที่สมาชิกเครือข่ายกระทำร่วมกัน และสมาชิกของเครือข่ายก็ควรมีวิสัยทัศน์ย่อยส่วนตัวที่สอดคล้องไปด้วยกันกับวิสัยทัศน์เครือข่าย

3. การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (Mutual Interests/Benefits) ถ้าหากจุดเริ่มต้นของเครือข่ายเกิดจากการที่สมาชิกแต่ละคนมีความต้องการของตนเอง แต่ความต้องการเหล่านั้นจะไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ทำให้เกิดการรวมตัวกันบนฐานของผลประโยชน์ร่วมที่จะดึงดูดให้สมาชิกรวมเป็นเครือข่าย ประเด็นสำคัญอีกประการก็คือผลประโยชน์ที่จะได้รับต้องมากเพียงพอในการที่จูงใจให้เข้ามามีส่วนร่วมในทางปฏิบัติจริง

4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย (All Stakeholders Participation) การมีส่วนร่วมทุกฝ่ายในเครือข่าย เป็นกระบวนการที่สำคัญของการสร้างเครือข่าย เนื่องจากเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการรับรู้ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมมือทำอย่างเข้มแข็ง สถานะของสมาชิกในเครือข่ายควรเป็นไปในลักษณะของความเท่าเทียมกัน

5. กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) ลักษณะของเครือข่ายที่สามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง คือ การที่สมาชิกของเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมสร้างซึ่งกันและกัน โดยที่จุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อนของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่ายมากกว่าการไม่สร้างเครือข่ายแต่ต่างคนต่างอยู่

6. การพึ่งพิงกัน (Interdependence) เนื่องจากจุดเริ่มต้นของการสร้างเครือข่ายเป็นการส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างสมาชิก การจะทำให้เป้าหมายร่วมสำเร็จได้นั้น สมาชิกต่างจำเป็นต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันเพื่อให้เกิดการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน การจะทำให้สมาชิกหรือหุ้นส่วนของเครือข่ายมีความผูกพันกัน

7. การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Exchanged Interaction) สมาชิกในเครือข่ายต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก เช่น การติดต่อกันผ่านทาง การเขียนหรือการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกัน ซึ่งความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกัน ไม่ใช่ปฏิสัมพันธ์ฝ่ายเดียวทำให้เกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้น ช่วยให้เกิดการเชื่อมโยงในระดับที่แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การปฏิสัมพันธ์ยังช่วยให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น ส่งผลให้เครือข่ายเข้มแข็งยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคม เป็นการสร้างความเชื่อมโยงและการเข้าถึงของสมาชิกกลุ่ม โดยประกอบด้วย ได้แก่ 1) สมาชิกของเครือข่าย 2) มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน 3) การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่าย 4) การสื่อสาร และ 5) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

3. การสร้างเครือข่ายทางสังคม

การสร้างเครือข่าย (Networking) หมายถึง กิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นกลุ่มองค์กร หรือกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิตระหว่างองค์กรสมาชิก ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนหน้าที่จะทำความตกลงเป็นองค์กรเครือข่าย (นฤมล นิราทร, 2513, น. 8) โดยมีเหตุผลในการสร้างเครือข่ายทางสังคม ดังนี้

1. ต้องการมีเพื่อนในการทำงานและต้องการมีหมู่ มีพวก
2. ต้องการทรัพยากรในการทำงาน
3. ต้องการรับภาระความเสี่ยงในกิจกรรมร่วมกัน
4. ต้องการความชำนาญเฉพาะด้านในการแก้ไขปัญหา
5. ต้องการประหยัด
6. ต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน รวมไปถึงมีปัจจัยเสริมที่เป็นเงื่อนไขสำคัญ คือ ความเต็มใจที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกัน

ส่วนพระมหาสุทิตย์ อากาศโร (2547, น. 55-58) ให้เหตุผลว่า การสร้างเครือข่ายทางสังคมเกิดจาก

1. สถานการณ์ปัญหาและสภาพแวดล้อมที่ซ้ำซ้อน หลากหลาย และขยายตัวจนเกิดความสามารถของปัจเจกบุคคลหรือกลุ่ม ที่จะดำเนินการแก้ไข
2. การสร้างเครือข่ายเป็นเครื่องมือหรือยุทธศาสตร์ในการสร้างพื้นที่ทางสังคม
3. เพื่อให้การประสานผลประโยชน์เป็นไปอย่างเท่าเทียม

จากที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่าเหตุผลหรือความสำคัญของการสร้างเครือข่ายทางสังคม คือ การมุ่งที่จะบรรลุเป้าหมายของปัจเจกบุคคล ซึ่งไม่สามารถทำได้ด้วยตนเองโดยลำพัง แต่ต้องอาศัยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากร อันจะส่งผลให้สามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายอันเป็นการประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

4. การวิเคราะห์เครือข่าย

แนวความคิดในเรื่องเครือข่ายทางสังคมนั้น เน้นการดำรงอยู่ของสายใยความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล ที่ขยายครอบคลุมไปทั่วทั้งสังคม แต่การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมในทางสังคมวิทยาจะเน้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่าง บุคคลที่อยู่ในเครือข่ายสังคมว่าจะ

ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลด้วย Jeremy Boissevain ได้เสนอถึงลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์เครือข่ายสังคมไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้ (Boissevain, 1974, pp. 35-39 อ้างถึงใน ธนพฤษฯ ชามะรัตน์, 2555)

1. ความสัมพันธ์อันหลากหลายด้วยบทบาทที่มีในสังคม ความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Diversity of Linkage: Multiplexity) โดยลักษณะของความสัมพันธ์แบบนี้ สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีบทบาท เนื่องจากเครือข่ายทางสังคมนั้น ประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนหรือความสัมพันธ์ที่มีอยู่

2. ความสัมพันธ์ทางสังคมบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยน (Transactional Contact) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายทางสังคม บางครั้งอาจเป็นไปตามทฤษฎีการแลกเปลี่ยน ที่กล่าวในช่วงต้นเนื่องจากบุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคม หรือตามปทัสถาที่ได้รับการถ่ายทอดมาเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ

3. ความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะที่เท่าเทียมและไม่เท่าเทียมกัน (Directional Flow) ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล ซึ่งวางอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนนั้น สามารถก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะร่วมมือกันหรือแข่งขันกัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สมดุลและไม่สมดุลกัน ขึ้นในที่นี้ หมายถึง การได้รับผลประโยชน์จากกันและกัน ทั้งในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกันโดยฝ่ายหนึ่งอาจได้รับมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง

4. ความถี่และระยะเวลาของความสัมพันธ์ (Frequency and Duration of Relationship) ความถี่ของความสัมพันธ์ ถือเป็นปัจจัยที่นำไปสู่คุณภาพของความสัมพันธ์ในลักษณะการเกิดความสัมพันธ์เชิงซ้อน และในทำนองเดียวกันความถี่ของความสัมพันธ์ก็เป็นผลเนื่องมาจากความสัมพันธ์เชิงซ้อน ความผูกพันและความมีอิทธิพลต่อกันและกันในด้านพฤติกรรมนั้น จึงขึ้นอยู่กับความถี่และความบ่อยครั้งของการพบปะสัมพันธ์กัน ประกอบขึ้นอยู่ที่ช่วงระยะเวลาของความสัมพันธ์ด้วย ดังนั้น ระยะเวลาของการมีความสัมพันธ์กันอาจใช้เป็นตัวชี้วัดในการทำนายอิทธิพลที่จะมีต่อพฤติกรรมของบุคคลมากกว่าความถี่ของการพบปะกัน

นอกจากลักษณะของความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายทางสังคมทั้ง 4 ข้างต้น Boissevain ยังได้เสนอต่อไปอีกว่า สิ่งที่จะต้องคำนึงและวิเคราะห์ร่วมไปด้วย คือ ลักษณะของโครงสร้างของเครือข่ายทางสังคม ประกอบไปด้วย 4 ประการ ดังนี้

1. ขนาดของเครือข่าย
2. ความหนาแน่นภายในเครือข่าย
3. ความเกี่ยวพันกันภายในเครือข่าย
4. ตำแหน่งของบุคคลภายในเครือข่าย
5. กลุ่มของความสัมพันธ์ของบุคคลในเครือข่าย

ดังนั้น การพัฒนาความสัมพันธ์ของคนหรือกลุ่มคนที่มีเป้าหมายสอดคล้องกันเพื่อประสานงานกิจกรรมหรือการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผล โดยมีการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและได้ผลตอบแทนตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้เครือข่ายทางสังคมยังมีการพัฒนาระดับความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่าย กลุ่มหรือตัวบุคคลโดยระดับความสัมพันธ์ยังมีความซับซ้อนของความสัมพันธ์นั้น ๆ ที่เกิดอยู่กับบริบท สังคมทางการเมือง และวัฒนธรรมของพื้นที่ทำให้เครือข่ายทางสังคมของแต่ละพื้นที่มีความซับซ้อนและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ที่แตกต่างออกไป ทำให้ผู้วิจัยในสนใจในการสร้างเครือข่ายในสังคมเพื่อก่อให้เกิดการดำเนินการทางนโยบายชุมชน และเป็นแนวคิดในการพัฒนาไปสู่การขับเคลื่อนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายอื่น รวมถึงการสร้างความสำเร็จของการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน

บริบทพื้นที่ตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

ตำบลพันชาติมีประวัติความเป็นมาโดยมีผู้เล่าสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคนว่า มีเจ้าเมืององค์หนึ่งต้องการช้างเผือกไปไว้ประดับบารมีจึงได้จัดหาผู้มีความสามารถในการคล้องช้างจำนวนพันคน พร้อมทั้งจัดช้างต่อจำนวนพันเชือกและจัดหาสาลีบรรทุกสิ่งของอีกพันเล่ม แล้วจัดให้มีพลคล้องช้างไปพักแรมอยู่ในป่าสักแห่งหนึ่ง เพื่อคัดเลือกช้างเผือก ผู้คล้องช้างได้พบช้างเผือกใกล้คลองลึกใกล้ป่าสัก จึงจับช้างมาถวายเจ้าเมือง เมื่อเจ้าเมืองได้ช้างเผือกตามประสงค์แล้ว จึงยกพลกลับ ครั้นต่อมาได้มีผู้คนเข้ามาอยู่อาศัยในป่าแห่งนี้ ได้ทำการถางป่าและตั้งบ้านเรือนอยู่อาศัยและตั้งชื่อหมู่บ้านตามตำนานเดิม คือ สถานที่พักของผู้จับช้างพัง ชื่อว่า บ้านชั้วพัน ปัจจุบันคือบ้านสุพรรณพนมทองสถานที่คล้องช้างได้ เรียกว่า หุ่นมอเลือก(สถานที่เลือกคล้องช้าง) อยู่ใกล้บ้านชั้วพันนั่นเอง ส่วนสถานที่พักสาลี ครั้งแรก เรียกว่า บ้านพันสาลี ต่อมาเมื่อครั้งสมัยอาจารย์สละ เพิ่มไทย อาจารย์ใหญ่โรงเรียนวัดพันชาติ ได้เปลี่ยนชื่อหมู่บ้านเป็น บ้านพันชาติ ประมาณปี พ.ศ. 2483 จนถึงทุกวันนี้ (องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ, 2560)

1. ที่ตั้งและอาณาเขต

องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ เป็นตำบลหนึ่งในจำนวน 11 ตำบลของอำเภอวังทอง ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของอำเภอวังทอง ห่างจาก อำเภอวังทองไปตามทางหลวงหมายเลข 11

ระยะทางประมาณ 30 กิโลเมตร และห่างจากจังหวัดพิษณุโลกประมาณ 47 กิโลเมตร พื้นที่
รับผิวดินประมาณ 127.05 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 79,406 ไร่ ครอบคลุมทั้งตำบล จำนวน
17 หมู่บ้าน

2. ลักษณะภูมิประเทศ

เป็นที่ราบลุ่ม ลักษณะลาดเอียงจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้
มีคลองวัดตายม คลองสะท้อนและคลองฝายเป็นลำน้ำสายหลักของตำบล ซึ่งเป็นแหล่งน้ำเพื่อ
การเกษตรที่สำคัญ โดยมีชุมชนบ้านเรือนเกาะกลุ่มอยู่ตามลำน้ำดังกล่าวเป็นกลุ่ม ๆ ตลอดสาย
สภาพพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าว พืชไร่ ทำสวนผลไม้ และการเกษตรอื่น ๆ

3. การปกครอง

พื้นที่รับผิวดินประมาณ 127.05 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 79,406 ไร่
ครอบคลุมทั้งตำบลจำนวน 17 หมู่บ้าน และมีอาณาเขตติดต่อกับตำบลและอำเภอต่าง ๆ ดังนี้

| | | |
|-------------|-----------|---------------------------------|
| ทิศเหนือ | ติดต่อกับ | ตำบลหนองพระและตำบลท่าหมื่นราม |
| ทิศใต้ | ติดต่อกับ | อำเภอบางกระพุ่มและอำเภอสากเหล็ก |
| ทิศตะวันออก | ติดต่อกับ | อำเภอเนินมะปราง |
| ทิศตะวันตก | ติดต่อกับ | อำเภอบางกระพุ่ม |

4. สภาพทางสังคม

| | | |
|--|----|-----------------------|
| 4.1 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (รับถ่ายโอนจาก สปช.1แห่ง) | 2 | แห่ง |
| 4.2 โรงเรียนประถมศึกษา | 8 | แห่ง |
| 4.3 โรงเรียนขยายโอกาสการศึกษา | 2 | แห่ง |
| 4.4 ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน | 11 | แห่ง |
| 4.5 วัด | 11 | แห่ง/สำนักสงฆ์ 3 แห่ง |
| 4.6 โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล | 2 | แห่ง |
| 4.7 ที่พักสายตรวจ สภ.อ.วังทอง | 1 | แห่ง |

5. อาชีพ

การประกอบอาชีพ ประชากรส่วนใหญ่ของตำบลพันชาติ ประกอบอาชีพทาง
เกษตรกรรม เช่น ทำนา ทำสวน ทำไร่ รองลงมาคือ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขายตามลำดับ

6. ระบบบริการพื้นฐาน

การคมนาคมขนส่ง มีถนนลาดยางเป็นถนนสายหลักซึ่งใช้เป็นเส้นทางเข้าไปสู่
หมู่บ้านเชื่อมต่อเขตอำเภอเนินมะปรางและตำบลท่าหมื่นราม และมีถนนคอนกรีต และถนนลูกรัง
เป็นถนนสายซอยภายในหมู่บ้าน

การไฟฟ้า ราษฎรในตำบลมีไฟฟ้าใช้เกือบทุกครัวเรือน ยกเว้นเกษตรกรที่สร้างบ้าน อยู่ในไร่นาและ อยู่ห่างจากหมู่บ้าน ซึ่งไม่สามารถขยายเขตไฟฟ้าได้ เนื่องจากไม่คุ้มทุนกับการขยายเขตไฟฟ้า รวมทั้งตำบลมีราษฎรที่มีไฟฟ้าใช้ จำนวน 2,780 หลังคาเรือน มีไฟฟ้า (โซลาร์โฮม SHS 16 ครัวเรือน) ไม่มีไฟฟ้าใช้ จำนวน 22 หลังคาเรือน (ข้อมูลสำรวจโดยส่วนโยธา อบต.พันชาติ)

การประปา ราษฎรในตำบลมีน้ำประปาใช้ จากประปาของหมู่บ้านครบทุกหมู่บ้าน แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกหลังคาเรือน ราษฎรที่ไม่มีน้ำประปาใช้ส่วนใหญ่จะใช้น้ำอุปโภค บริโภคจาก บ่อน้ำตื้น , สระน้ำ และแหล่งน้ำธรรมชาติอื่น ๆ

7. ระบบเศรษฐกิจ

ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมด้านการทำนา และทำสวนผลไม้ เช่น มะม่วง มะปรางมีการเลี้ยงโค กระบือ สุกร และไก่พื้นเมืองเป็นอาชีพเสริมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในเขตตำบลพันชาติ จะมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

7.1 วนอุทยานเขาพนมทอง ตั้งอยู่หมู่ที่ 13 บ้านเนินประเสริฐ มีอ่างเก็บน้ำพื้นที่เก็บน้ำประมาณ 500 ไร่ (เฉพาะพื้นที่อ่างเก็บน้ำโชน ตำบลพันชาติ ประมาณ 200 ไร่) ช่วงฤดูแล้งในเดือน เมษายน ของทุกปี จะมีประชาชนมาท่องเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก ตลอดทั้งมีร้านค้า ร้านอาหาร มาบริการนักท่องเที่ยวด้วย

7.2 ทิวทัศน์ ของตำบลพันชาติ และสวนผลไม้ โดยจะเห็นได้จาก หมู่ที่ 13 บ้านเนินประเสริฐ ซึ่งจะมีภูเขาพนมทอง เมื่อมองลงมาด้านล่างจะเห็นทิวทัศน์ของตำบลพันชาติ และตำบลใกล้เคียง รวมทั้งเขตของอำเภอเนินมะปรางบางส่วน ส่วนการปลูกสวนผลไม้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสวนมะม่วง และมะปราง จะพบมากที่สุดที่หมู่ที่ ๑๖บ้านคลองวังเรือ นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมและชิมผลไม้ตามฤดูกาล

8. เศรษฐกิจพอเพียงท้องถิ่น (ด้านการเกษตรและแหล่งน้ำ)

มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมรายได้ ซึ่งทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ จ่ายเงินสมทบกองทุนส่งเสริมอาชีพ (โครงการส่งเสริมอาชีพหมู่บ้านละหนึ่งแสนบาท) เพื่อสมทบกองทุนส่งเสริมอาชีพหมู่บ้านในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ จำนวน 17 หมู่บ้าน โดยกลุ่มอาชีพมีผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และมีการส่งเสริมสินค้า มีจำนวนทั้งสิ้น 17 กลุ่ม เช่น มะม่วง ข้าวกลัด และ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

9. ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม

การนับถือศาสนา ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ

ประเพณีและงานประจำปี จะเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา

1. ประเพณีกวนข้าวทิพย์ วันขึ้น 14 ค่ำ เดือนหก
2. ประเพณีกวนข้าวพระยาคุ วันขึ้น 14 ค่ำ เดือนสิบสอง

สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก

1. ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง ข้าวไร้เบอรี่ หมู่ที่ 7 ตำบลพันชาลี
2. ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป หมู่ที่ 11 และ 16 ตำบลพันชาลี
3. ผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้า หมู่ที่ 9 ตำบลชาลี



ภาพ 3 แสดงแผนที่ตำบลพันชาลี อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

ที่มา: <http://district.cdd.go.th/wangthong/>

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา "รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก" เป็นการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปและสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในชุมชนบางสะพาน อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์สำหรับชุมชนหรือภาคส่วนที่จะนำรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปไปพัฒนาพื้นที่ของ

ตนเองต่อไป ผู้วิจัยขอนำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยลำดับการนำเสนอจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ณัฐพัชร ไชยทิพย์ (2560) ศึกษา การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์และเพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกเน้นคำถามแบบเปิดกว้างเป็นการสัมภาษณ์ไม่จำกัดคำตอบเพื่อให้ผู้ข้อมูลหลักตอบและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยสัมภาษณ์ กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุน กลุ่มนักพัฒนาชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ และกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งผลการศึกษาที่เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา พบว่า การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่ง หรือการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ภายในชุมชน การสื่อสารจะเป็นเครื่องมือของการพัฒนา และสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนไปทิศทางที่ยั่งยืน แต่การพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนนั้น ไม่ใช่แค่คนในชุมชนมีความร่วมมือกันเพียงอย่างเดียวแต่คนในชุมชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้ตั้งแต่เริ่มต้น ทราบถึงอุปสรรค ปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหา ผ่านการคิด การแลกเปลี่ยน และระดมความคิดเห็นผ่านพื้นที่สาธารณะหรือเวทีประชุมเสวนา เพื่อก่อให้เกิดการนำไปสู่การวิเคราะห์ วางแผน และการปฏิบัติกิจกรรมทางสื่อสาร

ประเด็นที่น่าสนใจของ ณัฐพัชร ไชยทิพย์ คือ วิธีการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลหลักและระเบียบวิธีในการสัมภาษณ์ที่เป็นลักษณะแบบเปิดกว้างเพื่อแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาต้องมีส่วนร่วมกันในการเรียนรู้เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชน ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นว่าการสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาต้องมีระเบียบขั้นตอนที่อาจจะต้องพบเจออุปสรรคในด้านของการให้ความร่วมมือของผู้ให้ข้อมูลหลักหรือคนในชุมชน

ณัฐวรนนท์ ชนเมธเตชสิทธิ์ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก มีการใช้สื่อที่หลากหลายในการ

สื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อชุมชนมากที่สุดคือ สื่อบุคคล เพราะสื่อบุคคลจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางสามารถเข้าถึงประชาชนและตอบข้อสงสัยได้ชัดเจน และยังทำให้ อบต.พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ได้รับทราบถึงความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ความต้องการ และปัญหาของประชาชนในท้องถิ่น รวมทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถชักจูง โน้มน้าวใจประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดีเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวที่ อบต.พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก นำมาใช้เป็นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ทั้งนี้ ปัญหาอุปสรรคของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนนี้ ได้แก่ งบประมาณ พหุติกรรมการเปิดรับข่าวสารของชาวบ้าน และหอคอยงายเสียงของชุมชนที่มีจำนวนน้อยทำให้เกิดการรับข่าวสารไม่ทั่วถึง

งานการศึกษาของ ญัฐวรินทร์ ชนเมอเดชสิทธิ์ เป็นการศึกษา กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ที่สะท้อนให้เห็นถึง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษารังนี้ใน ส่วนขององค์การบริหารส่วนตำบล ที่มีส่วนในการพัฒนาชุมชน และประเด็นที่น่าสนใจของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก คือ ปัญหาอุปสรรคที่พบในลักษณะเดียวกัน จึงอาจเป็นแนวทางในการเจาะลึกสำหรับการเก็บข้อมูลในครั้งนี้

ญัฐวรินทร์ วิริยะวิทย์ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านจำรุง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ของชุมชนบ้านจำรุง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research – PAR) โดยการนำการสื่อสารมาส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ จากการสัมภาษณ์และจัดเวทีประชุมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างที่วิจัยและชุมชนดำเนินการมีอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน นักวิชาการส่งเสริมเกษตร เกษตรกรในชุมชน จึงทำให้พบปัญหาของการทำเกษตรอินทรีย์ โดยเป็นการใช้การสื่อสารแบบสองทาง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารและสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกต และการประชุมกลุ่ม ผลวิจัยพบว่า ชุมชนมีปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านแรงงาน ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรมีทัศนคติด้านการทำเกษตรอินทรีย์ว่า "ยุ่งยาก ผลผลิตน้อย และมีความเสี่ยง" ด้วยเหตุนี้ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) กลยุทธ์ "ลูกเปิดซี้เหว" เพื่อเน้นให้เห็นข้อดีของผลผลิตตามวิถีอินทรีย์ 2) กลยุทธ์ "ความกลัว" เพื่อจัดการความเสี่ยงจากพ่อค้าคนกลาง 3) กลยุทธ์ "1 ส่วนต่อ

1 ต้น" เพื่อให้เกษตรกรรสนผลไม้ตัดสินใจเปลี่ยนแปลงมาเริ่มทำเกษตรอินทรีย์ได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรกลุ่มหนึ่งได้เปลี่ยนมาเริ่มต้นทำสวนผลไม้อินทรีย์ขึ้นมาภายในชุมชน

งานการศึกษาของณัฐนันท์ วิริยะวิทย์ เป็นการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านจำรุง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้เห็นถึงการนำการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัยร่วมกับชุมชนที่ทำให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคของคนในชุมชน และวิธีการแก้ปัญหาโดยนำกลยุทธ์การสื่อสาร 3 กลยุทธ์มาส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ โดยผู้วิจัยได้นำการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมร่วมกับใช้กับการศึกษาครั้งนี้เพื่อระบุถึงประเด็นปัญหา รวมถึงการวิเคราะห์อุปสรรคปัญหา

พงศ์ศักดิ์ น้อยผา (2552) ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการปรับเปลี่ยนกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยการใช้วิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) เจริญปริมาณใช้แบบสอบถามศึกษาข้อมูลทั่วไป และเชิงคุณภาพ ใช้การศึกษาเอกสาร การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์ ผลวิจัยพบว่า 1) ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ทางการสื่อสาร ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องการที่จะสื่อกับประชาชนโดยรวดเร็ว โดยมีการสื่อสารทั้งทางตรงและการสื่อสารแบบสองจังหวะ การสื่อสารกับประชาชนมีลักษณะของการให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษา เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานองค์กร ได้แก่ งานการพัฒนาชุมชนของท้องถิ่น ลักษณะของเอกสารเป็นแบบผสมผสานระหว่างแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้านช่องทางการสื่อสารมีหลายช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ ติดป้ายประกาศ การประกาศเสียงตามสาย ประชุม การใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นปลิว เทป ป้ายประกาศ มีการใช้สื่อเพื่อชุมชน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อพื้นบ้าน ด้านผู้รับสารประชาชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ในลักษณะการประชุม สมาชิกในชุมชนสะท้อนความคิดเห็นโดยใช้วิธีซักถาม วิธีสื่อสารผ่านตัวแทน ส่วนใหญ่เป็นความคิดเห็นเรื่องปากท้อง 2) กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีลักษณะของการปรับเปลี่ยนกระบวนการสื่อสารที่ทำให้ทันสมัยไปเป็นกระบวนการสมัยใหม่ และมีการสื่อสารผสมผสานระหว่างกระบวนการเดิม และกระบวนการใหม่

งานศึกษาของพงศ์ศักดิ์ น้อยผา มีความโดดเด่นที่ศึกษา กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นการปรับเปลี่ยนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้คือ รูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตภัณฑ์

มะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในชุมชน ระหว่างผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นและคนในชุมชนแบบการสื่อสารทั้งทางตรงและการสื่อสารแบบสองจังหวะ ผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และเลือกช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านความรู้ ด้านทัศนคติ พฤติกรรมของผู้ที่สื่อสารด้วยกระบวนการทัศน์ใหม่ให้ทันสมัย ผู้วิจัยจึงเห็นแนวทางในการสร้างรูปแบบการสื่อสารในการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

อมรรัตน์ อนันต์วรารพงษ์ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดหลักเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อสร้างขีดความสามารถด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชน เพิ่มความหลากหลาย และสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงและใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ และเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการมีส่วนร่วม ผลวิจัย พบว่า ความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางหัวเสือ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบรรจุกัญท์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ผลการประชุมวิพากษ์แนวทางการพัฒนาชุมชนบางหัวเสือ พบว่า ผู้เข้าร่วมการประชุมลงมติถึงความเป็นไปได้ในการนำไปผลิตต่อยอดพัฒนาบรรจุกัญท์ ได้แก่ บรรจุกัญท์ชาใบชูลู่ บรรจุกัญท์น้ำอัญชันพร้อมดื่ม และบรรจุกัญท์ลูกประคบสมุนไพร และสมาชิกชุมชนมีความต้องการฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ยาหม่องนวดสมุนไพร เพื่อนำไปใช้ในกลุ่มวิสาหกิจนวดสุขภาพบางหัวเสือ

ประเด็นที่น่าสนใจของการศึกษาของ อมรรัตน์ อนันต์วรารพงษ์ คือ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบางหัวเสือ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถประกอบอาชีพด้วยการพึ่งพาตนเอง โดยพื้นฐานชุมชนต้องรู้ศักยภาพของตัวเอง รู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยการใช้ให้ชุมชนทำการวิเคราะห์ตัวเอง เพื่อให้เห็นถึงสภาพปัญหา โดยการรู้จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและเป็นโอกาสที่เป็นไปได้ อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ ผู้วิจัยจึงได้แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป ในการสร้างคุณภาพโดยใช้สื่อกิจกรรม สื่อบุคคลให้มีการอบรมโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ

ธัญญ์นรี จิรสกุลอ่อนแจ้ง (2558) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดและแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มี

ต่อผลิตภัณฑ์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอน 1 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาจากเอกสาร หนังสือ และวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวทาง และปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ขั้นตอนที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จำนวน 4 กลุ่มและผู้บริหารผลิตภัณฑ์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 10 คน เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) แนวคิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดจากความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องพัฒนาฝีมือการออกผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และมีความสวยงามยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2) ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์มาจากการพบเห็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชุมชนปากเกร็ด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงบริโภคเป็นของที่ระลึกและของชำร่วย 3) ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ด้านกำลังคนไม่เพียงพอต่อการผลิต และด้านช่องทางการตลาด เนื่องจากไม่มีช่องทางการตลาดโดยตรงที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้จึงไม่สามารถที่จะขยายช่องทางในการจำหน่ายในวงกว้างได้

ประโยชน์จากการศึกษาของ ธีรฎฐิณี จิรสกุลอ่อนแจ้ง คือ แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ โดยทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแนวคิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงได้แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยส่งเสริมองค์ความรู้ผ่านการอบรม เนื้อหาสาระในผู้ที่องค์ความรู้ในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นผู้ให้ความรู้แก่คนในชุมชน

ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และคณะ (2554) ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและเพื่อค้นหารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research) เครื่องมือวิจัย คือ การจัดเวทีเสวนา การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก กรรณกิจสร้างการเรียนรู้ร่วมกันของผู้วิจัยและกลุ่มเป้าหมายคือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ ผลวิจัย พบว่า จากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ มีความร่วมมือในการดำเนินงาน

มีความเสียสละ มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่วนในรูปแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือ มผช. นั้น สมาชิกกลุ่มต้องมีความรู้ความเข้าใจและความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นปัจจัยหลัก และมีกระบวนการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมและยอมรับของสมาชิกกลุ่ม ประกอบการดำเนินการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานโดยตรวจสอบการพัฒนาในทุกขั้นตอน

มีข้อค้นพบที่ควรให้ความสนใจ คือ แนวทางในการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ มีความร่วมมือกันในการดำเนินงาน มีความเสียสละและมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นแนวทางที่ดีสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ การรวมกลุ่มของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปที่จะต้องอาศัยความร่วมมือส่วนร่วมกันเป็นอย่างมาก เพื่อที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปในทิศทางที่ดี โดยจะเป็นการสื่อสารในรูปแบบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อนำไปสู่วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และบรรลุเป้าหมายของงานวิจัย

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนานวัตกรรม

วงวิภา วงศ์เทียมชัย (2557) ทำการศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อกาถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ 3) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จากการศึกษาพบว่า ในเรื่องของกระบวนการสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ฯ มีเนื้อหาสองส่วนประกอบด้วยความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ฯ และความรู้ด้านการเกษตรและการประกอบอาชีพด้านการเกษตร โดยมีวิธีการถ่ายทอดผ่านสื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ บ้ายประกาศ เอกสารประกอบการฝึกอบรม และเอกสารวิชาการ สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ฯ และเกษตรกรตัวอย่างสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต

งานการศึกษาของวงวิภา วงศ์เทียมชัย เป็นการศึกษา การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ที่สะท้อนให้เห็นถึง การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทาง

การเกษตร ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ในส่วนของพัฒนานวัตกรรมที่มีส่วนในการพัฒนาชุมชน โดยเป็นแนวทางในการเนื้อหา รูปแบบและกระบวนการสื่อสารที่ใช้ในการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรที่ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง

ภารดี พึ่งสำราญ และคณะ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการแพร่กระจายนวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการแพร่กระจายนวัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิจัย จากเอกสาร การลงพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อสารเริ่มจากการลงพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อสารเริ่มจากคณะทำงานศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ (ผู้ส่งสาร) ทำการผลิตเนื้อหา (สาร) จากการรวบรวมปัญหาที่ประสบอยู่ขณะนั้นจนเกิดเป็นองค์ความรู้ที่เป็นหลักสูตรความรู้และหลักสูตรอบรมในการส่งเสริมขั้นตอนกระบวนการผลิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยส่งสารผ่านสื่อบุคคลเป็นหลักและใช้สื่อผสมควบคู่กันไป ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์สื่อกิจกรรมแล้วเข้าสู่กลุ่มสมาชิกเกษตรกรและประธานกลุ่มเกษตรกร (ผู้รับสาร) ยังพบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลมีผลต่อการสื่อสารแต่ไม่มากนักและกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นจะเริ่มที่ตัวสาร คือ 1) นวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อแก้ปัญหาผ่านกระบวนการเรียนรู้โดยแปรผัน 2) ผ่านช่องทางการสื่อสาร สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักโดยผู้ส่งสารทั้ง 2 ลำดับ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามพื้นฐานได้เพียง 5 ข้อจาก 7 ข้อ ช่องทางการสื่อสารที่เลือกใช้เป็นลักษณะใช้ร่วมกันและบางส่วนมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมผ่านสื่อ 3) ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งจะพิจารณาจากปัญหาเป็นหลัก 4) สมาชิกในระบบมีความคล้ายคลึงกันเป็นลักษณะเครือข่ายเดียวกัน องค์ประกอบทั้ง 4 ข้อมนำมาสู่การยอมรับนวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยลักษณะการตัดสินใจ

ประโยชน์จากการศึกษาของภารดี พึ่งสำราญ และคณะ คือ แนวทางในการการแพร่กระจายนวัตกรรมที่ทำให้ประสบความสำเร็จ และทราบถึงผู้ส่งสาร สาร และผู้รับสารทำให้ทราบถึงปัญหาที่ประสบอยู่ขณะนั้นจนเกิดเป็นองค์ความรู้ที่เป็นหลักสูตรความรู้และหลักสูตรอบรมในการส่งเสริม ผู้วิจัยจึงได้แนวทางในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการผลิิตมะม่วงแปรรูปทั้งด้านตัวสาร สื่อ ช่วงเวลา และสมาชิกที่จะนำไปความสำเร็จ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพ 4 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก" มุ่งศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ผู้วิจัยออกแบบวิธีการดำเนินงานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัยภายใต้กรอบแนวคิดในการวิจัยให้ได้ถึงรูปแบบการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ตามลำดับต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. การตรวจสอบข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้เกณฑ์การเลือกกลุ่มเป้าหมายจากตำบลที่อยู่ในเขตพื้นที่ในด้านเกษตรภายในอำเภอวังทอง และเคยได้รับการอบรมทักษะกระบวนการเรียนรู้การผลิตมะม่วงแปรรูป ซึ่งมีทั้งหมด 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลพันชี่ ตำบลวังทอง ตำบลเนินมะปราง ตำบลบ้านกลาง ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การคัดเลือก 5 ข้อ ปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 เกณฑ์การคัดเลือกตำบล 2

| | เกณฑ์ที่ 1 | เกณฑ์ที่ 2 | เกณฑ์ที่ 3 | เกณฑ์ที่ 4 | เกณฑ์ที่ 5 |
|--|---|--|---|---|---|
| กลุ่มเกษตรกร มะม่วงแปรรูปใน เขตพื้นที่ การวิจัย | กลุ่มเกษตรกร มะม่วงแปรรูป อยู่ในเขตพื้นที่ อำเภอวังทอง | เคยผ่านการอบรม ทักษะกระบวนการ เรียนรู้การผลิต มะม่วงแปรรูปจาก ผู้เชี่ยวชาญ | มีผลงานที่ เผยแพร่ทาง ช่องทางสื่อ ต่าง ๆ | เคยได้รับรางวัล การประกวด ผลิตภัณฑ์ มะม่วงแปรรูป | มีการประชุม กลุ่มเกษตรกร มะม่วงแปรรูป |
| ตำบลพันชาลี | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ตำบลวังทอง | ✓ | ✓ | - | ✓ | - |
| ตำบลเนินมะปราง | ✓ | - | - | - | - |
| ตำบลบ้านกลาง | ✓ | - | - | - | - |

จากเกณฑ์การคัดเลือกทั้ง 5 ข้อ ซึ่งเกณฑ์การคัดเลือกได้มาจากการศึกษาบริบทพื้นที่ และเอกสารต่าง ๆ ของกลุ่มเกษตรกรมะม่วงแปรรูป (สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก, 2554) มี 1 ตำบล คือ ตำบลพันชาลี ที่เข้าเกณฑ์ประเมินทั้งหมด รวมถึงได้รับการคัดเลือกจากมหาวิทยาลัยนเรศวรในกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปมะม่วง” เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนสามารถต่อยอดการแปรรูปมะม่วงที่เหลือโดยการนำองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัยถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงที่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์และศึกษาเอกสารเกี่ยวกับตำบลพันชาลีของผู้วิจัยมาก่อน จึงทำให้ผู้วิจัยทราบถึงบุคคลที่มีความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ และมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี จากตัวแทนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาลี กลุ่มผู้บริโภคมะม่วงแปรรูปของตำบลพันชาลี และกลุ่มผู้ค้าส่งมะม่วงแปรรูปของตำบลพันชาลี เป็นจำนวนประชากรทั้งหมด 14 คน ประกอบไปด้วย

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

1.1 กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการดูแลส่งเสริมด้านการเกษตร และผู้ดูแลรับผิดชอบในด้านการเกษตรรวมถึงโครงการต่าง ๆ ที่คอยสนับสนุนแก่เกษตรกรในชุมชนตำบลพันชาลี ได้แก่

1.1.1 นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาลี จำนวน 1 คน

1.1.2 ตัวแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรตำบลพันชาลี จำนวน 1 คน

1.2 กลุ่มผู้นำชุมชน มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในชุมชน และเป็นผู้นำในการดำเนินโครงการการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป ได้แก่

1.2.1 ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน (หมู่บ้านที่ 10 และหมู่บ้านที่ 16)

1.2.2 ตัวแทนผู้รับผิดชอบของค้การบริหารส่วนตำบลพันชาลี จำนวน 1 คน

1.3 กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและให้ความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูปต่าง ๆ จากทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ขอความร่วมมือในการจัดหาวิทยากรจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อนำมาให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป ได้แก่

1.3.1 วิทยากรผู้ที่มีความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ 1 คน

1.3.2 วิทยากรผู้ที่มีความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูปและออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 2 คน

1.4 กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาลี มีเกณฑ์การเลือกจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาลี ได้แก่

ผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาลี จากคณะกรรมการกลุ่ม 3 คน และตัวแทนสมาชิกในกลุ่ม 3 คน จำนวน 6 คน

2. เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยคัดเลือกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่สามารถพร้อมที่จะให้ข้อมูลได้

2.1 กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาลี ตัวแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรตำบลพันชาลี โดยคัดเลือกจากบทบาทหน้าที่ ในการดูแลส่งเสริมในด้านการเกษตรและผู้ดูแลรับผิดชอบในด้านการเกษตร

2.2 กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลพันธ์ชาติ โดยคัดเลือกจากบทบาทหน้าที่ ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในชุมชน และมีความรู้และเกี่ยวข้องในการดำเนินงานตามโครงการต่าง ๆ ของชุมชน

2.3 กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป ได้แก่ วิทยากรผู้ที่มีความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป โดยคัดเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและให้ความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป

2.4 กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันธ์ชาติ ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายมะม่วงแปรรูปในตำบลพันธ์ชาติ โดยคัดเลือกจากบทบาทหน้าที่มีเกณฑ์การเลือกจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการกิจการจำหน่ายมะม่วงแปรรูปในตำบลพันธ์ชาติ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยนำกรอบวิจัยเป็นแนวทางในการเลือกใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเน้นการใช้คำถามปลายเปิดแบบเจาะลึกซึ่งได้มาจากการทบทวนเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลที่มีเกี่ยวข้องทั้งในเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและข้อมูลในเชิงบริบทเพื่อเป็นแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ในแต่ละคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความลึกซึ้ง สะท้อนความจริงมากที่สุดจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันธ์ชาติ กลุ่มผู้บริโภคมะม่วงแปรรูปของตำบลพันธ์ชาติ และกลุ่มผู้ค้าส่งมะม่วงแปรรูปของตำบลพันธ์ชาติ นำผลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย คือ สภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

3.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) ผู้วิจัยจะเข้าไปมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นธรรมชาติไม่แสดงตัวว่ากำลังเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย ร่วมพูดคุย ร่วมแสดงความคิดเห็น สร้างความเคยชินและกลายเป็นพวกเดียวกันจนเข้าใจความรู้สึกนึกคิดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครบถ้วน และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยเข้าร่วมการอบรมกับกลุ่มเกษตรกรเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปจากวิทยากรผู้มีความรู้เกี่ยวกับมะม่วงแปรรูป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้าง โดยผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) สัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพัทธลี กลุ่มผู้บริโภคมะม่วงแปรรูปของตำบลพัทธลี และกลุ่มผู้ค้าส่งมะม่วงแปรรูปของตำบลพัทธลี

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของข้อมูลและจำแนกวิเคราะห์ที่ความแบบพรรณนาความ (Descriptive Analysis) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และ นำผลวิเคราะห์มาสร้างร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มที่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย จากตัวแทนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพัทธลี กลุ่มผู้บริโภคมะม่วงแปรรูปของตำบลพัทธลี และกลุ่มผู้ค้าส่งมะม่วงแปรรูปของตำบลพัทธลี เป็นจำนวนประชากรทั้งหมด 8 คน ประกอบไปด้วย

1. กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus group)

โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 10 คน

1.1 กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการดูแลส่งเสริมด้านการเกษตรและผู้ดูแลรับผิดชอบในด้านการเกษตร จำนวน 2 คน

1.1.1 นายกองดีการบริหารส่วนตำบลพัทธลี จำนวน 1 คน

1.1.2 ตัวแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรตำบลพัทธลี จำนวน 1 คน

1.2 กลุ่มผู้นำชุมชน มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในชุมชน จำนวน จำนวน 3 คน

1.2.1 ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน (หมู่บ้านที่ 10 และหมู่บ้านที่ 16)

1.2.2 ตัวแทนผู้รับผิดชอบองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ จำนวน 1 คน

1.3 กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป มีเกณฑ์การเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและให้ความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป จำนวน 3 คน

1.3.1 วิทยากรผู้ที่มีความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ จำนวน 1 คน

1.3.2 วิทยากรผู้ที่มีความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จำนวน 2 คน

1.4 กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ มีเกณฑ์การเลือกจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการกิจการจำหน่ายมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ จำนวน 2 คน

ผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งได้มาจากการสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ และกลุ่มผู้ค้าส่งมะม่วงแปรรูปของตำบลพันชาติ มาจัดทำเป็นร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก แล้วนำมาเสนอต่อการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อวิเคราะห์ร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกร่วมกัน โดยผู้ทำวิจัยจะทำการนำเอกสารขอใช้สถานที่ในการจัดสนทนากลุ่มเพื่อยื่นขออนุญาตการใช้สถานที่ในการจัดกิจกรรมต่อผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ และทำการนัดหมายไปยังผู้ให้ข้อมูลก่อนการจัดสนทนากลุ่ม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อวิเคราะห์ร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกร่วมกับกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพืชน์ และและกลุ่มผู้ค้าส่งมะม่วงแปรรูปของตำบลพืชน์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของข้อมูล และจำแนกวิเคราะห์ที่ความแบบพรรณนาความ (Descriptive Analysis) ที่ได้จากการร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) พร้อมร่วมกันสนทนาเพื่อวิเคราะห์ร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก และสรุปรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

5. การตรวจสอบข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเพื่อให้เกิดความถูกต้องด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยการใช้ข้อมูลที่ได้จากเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการตรวจสอบด้านทฤษฎีตามที่อ้างอิงไว้ในบทที่ 2

6. การคืนข้อมูลให้ชุมชน

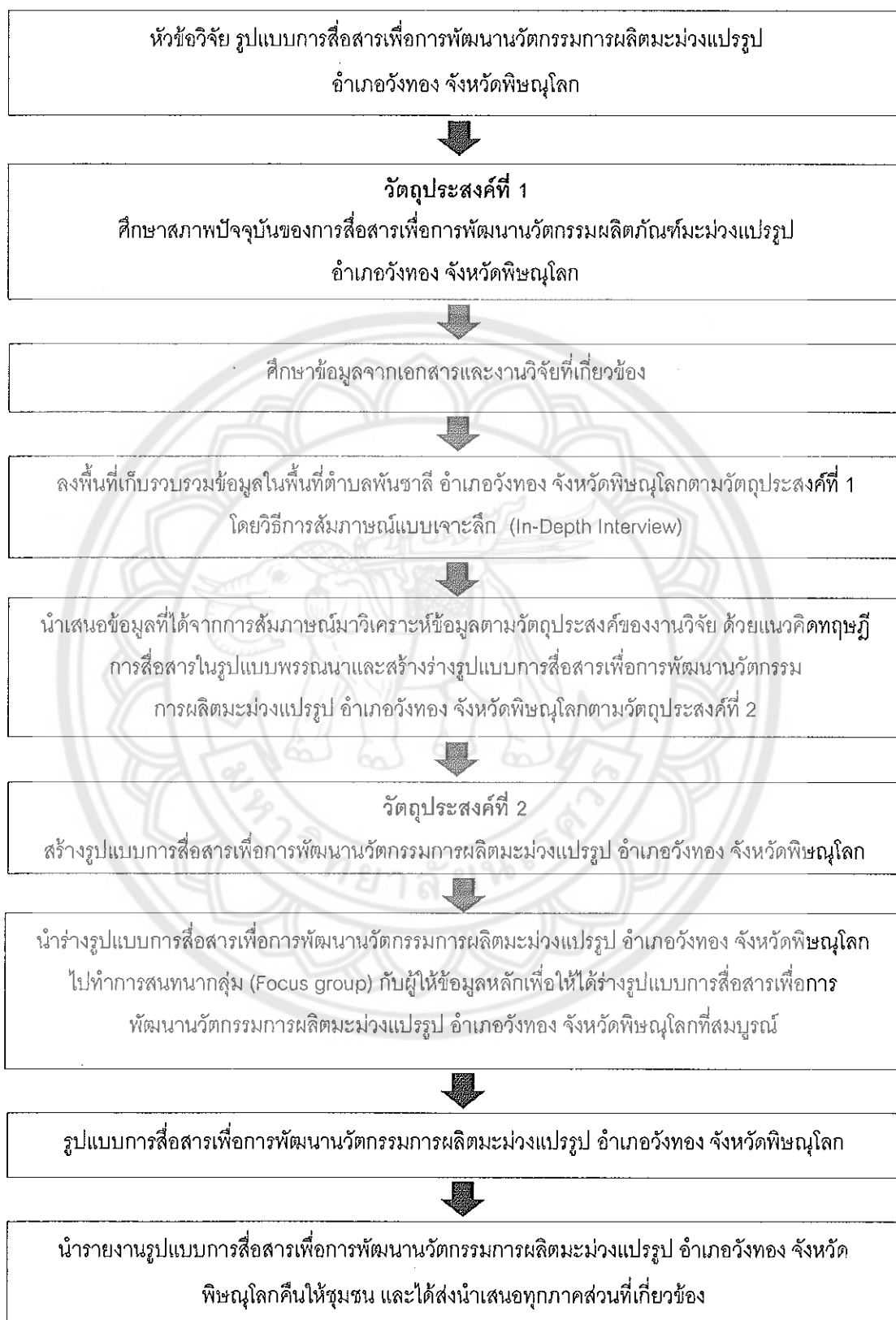
หลังจากได้ผลวิจัยเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้จัดทำรายงานรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก โดยจัดการประชุมกลุ่มที่อาคารอเนกประสงค์ตำบลพืชน์และได้ส่งนำเสนอรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

ตาราง 3 แสดงวิธีการดำเนินงานวิจัย

| ชื่อ | วัตถุประสงค์ | เครื่องมือ | ผู้ให้ข้อมูลหลัก | การวิเคราะห์ | ผลที่คาดว่าจะได้รับ |
|--|--|------------|---|---|--|
| 1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของ การสื่อสารเพื่อการ พัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของ อำเภอวังทอง จังหวัด พิษณุโลก | 1.แนวคำถามการที่ใช้ในการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก 2.แนวทางการสังเกตแบบมี ส่วนร่วม | | 1. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ 1.1 นายกองดีการบริหารส่วนตำบลพันชาติ จำนวน 1 คน 1.2 ตัวแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรตำบล พันชาติ จำนวน 1 คน 2. กลุ่มผู้ชุมชน 2.1 ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน (หมู่บ้านที่ 11 และหมู่บ้านที่ 16) 2.2 ตัวแทนผู้รับผิดชอบองค์การบริหารส่วน ตำบลพันชาติ จำนวน 1 คน 3. กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านนวัตกรรมของ วิสาหกิจผู้ที่มีความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป จำนวน 1 คน 4. กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป ในตำบลพันชาติ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายมะม่วงแปรรูป ตำบลพันชาติ จำนวน 6 คน จาก คณะกรรมการกลุ่ม 3 คน และตัวแทนสมาชิก ในกลุ่ม 3 คน | วิเคราะห์และตีความแบบ พรรณนาความ (Descriptive Analysis) จากการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อนำข้อมูลมา วิเคราะห์และสร้างรูปแบบ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัด พิษณุโลก | สภาพปัจจุบัน ปัญหาและ อุปสรรคในการสื่อสาร การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มะม่วงแปรรูป |

ตาราง 3 (ต่อ)

| ชื่อ | วัตถุประสงค์ | เครื่องมือ | ผู้ให้ข้อมูลหลัก | การวิเคราะห์ | ผลที่คาดว่าจะได้รับ |
|------|--|--|---|---|---|
| 2. | สร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัด พิษณุโลก | 1. ร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก 2. ประเด็นคำถามในการจัดสนทนากลุ่ม (focus group) | 1. ตัวแทนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน 2. ตัวแทนกลุ่มผู้จำหน่าย จำนวน 3 คน 3. ตัวแทนกลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูป จำนวน 3 คน 4. ตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ จำนวน 2 คน | วิเคราะห์และตีความแบบพรรณนาความ (Descriptive Analysis) จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก | รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก |
| 3. | การคืนข้อมูลให้ชุมชน | รายงานรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก | 1. สำนักงานเกษตรตำบลพันชาติ 2. องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ 3. ผู้ใหญ่บ้าน 4. กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการจำหน่ายมะม่วงแปรรูป | - | การนำรายงานรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารของชุมชนต่อไป |



ภาพ 5 แสดงแผนภาพสรุปขั้นตอนวิธีการดำเนินงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก และสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก โดยในบทนี้จะเสนอการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกในด้านผู้ส่งสาร (sender) สาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) ผู้รับสาร (receiver) ผลกระทบของการสื่อสาร (effect) และบริบททางการสื่อสาร พบว่า

สภาพปัจจุบันของการสื่อสารภายในชุมชนตำบลพันชาลี ได้มีองค์ประกอบการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน โดยมีผู้ส่งสารหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน สาร ได้แก่ กิจกรรม ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมไปถึงโครงการต่าง ๆ ภายในชุมชน สื่อ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเทคโนโลยี สื่อเฉพาะกิจ สื่อกระจายข่าว ผู้รับสาร ได้แก่ คนในชุมชนตำบลพันชาลี และยังมีหน่วยงานบุคคลภายนอกที่ได้เข้ามาส่งเสริมให้ความรู้การทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปและมีบทบาทในกระบวนการสื่อสารในตำบลพันชาลี ซึ่งรายละเอียดจากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก มีดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารในชุมชนตำบลพันชาลี ประกอบไปด้วย ผู้ส่งสารหลัก ผู้ส่งสารรอง และผู้ส่งสารภายนอกชุมชน

1. ผู้ส่งสารหลัก

ผู้ส่งสารหลักของตำบลพันชาลี เป็นผู้ส่งสารที่มีศักยภาพเหมาะแก่การเป็นผู้นำในการพัฒนาชุมชนตำบลพันชาลีไปในทิศทางที่ดีขึ้น และเป็นผู้ที่คุ้นเคยกับชุมชนและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชนรวมถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนที่ร่วมกับชุมชนอื่น ๆ โดยผู้ส่งสารหลักที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารต่อชุมชน ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาลี นักวิชาการเกษตรตำบลพันชาลี ผู้ใหญ่บ้าน บุคคลเหล่านี้ได้เป็นผู้ส่งสารหลักของการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้รับสาร นั่นคือ กลุ่มคนในชุมชนที่จะได้รับข่าวสารต่าง ๆ จากกลุ่มผู้นำชุมชน โดยผู้ส่งสารหลักมีกระบวนการสื่อสารภายในตำบลพันชาลีมีลักษณะ ดังนี้

1.1 นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาลี ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี มีข่าวสารทั่วไปหรือการประชุมวาระต่าง ๆ จะทำหนังสือไปยังผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้าน เพราะว่าเป็นพื้นที่ในตำบลพันชาลีเป็นพื้นที่กว้างไม่สามารถที่จะกระจายข่าวได้ทั่วถึง จึงทำหนังสือไปยังผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้านเพื่อที่จะให้ผู้ใหญ่บ้านนั้นประกาศแจ้งข่าวสารไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลีผ่านหอกระจายข่าวประจำแต่ละหมู่บ้านโดยเป็นการรับข่าวสารกันอย่างทั่วถึงมากกว่า

1.1.1 รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาลี กำนันผู้ใหญ่บ้านตำบลพันชาลี และนักวิชาการเกษตรตำบลพันชาลี ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีบทบาทความเป็นผู้นำของชุมชนในตำบลพันชาลี โดยมีการสื่อสารที่เป็นแบบทางการมีทิศทางการไหลของข่าวสาร ดังนี้

1.1.2 ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว

ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว หมายถึง การสื่อสารที่ผู้รับสารไม่สามารถตอบโต้ตอบกับผู้ส่งสารในสื่อกลางเดียวกันได้ โดยผู้ส่งสารหลักจะเป็นฝ่ายส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในชุมชนไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลีมีลักษณะการสื่อสารเป็นเส้นตรง โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หรือบอร์ดประกาศ เป็นต้น โดยคนในชุมชนนั้นไม่สามารถโต้ตอบกลับไปยังผู้ส่งสารหลักได้ ซึ่งลักษณะการสื่อสารนี้เป็นช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

1) ช่องทางการสื่อสารแนวดิ่ง

ช่องทางการสื่อสารในแนวดิ่งหรือการสื่อสารจากบนลงล่าง หมายถึง การสื่อสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งที่สูงกว่าลงมาตามสายงานการบังคับบัญชา เป็นการสื่อสารในแบบของการสื่อสารมักจะออกมาในรูปแบบของคำสั่งด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษร เช่น ผู้นำชุมชนจะประกาศข่าวสาร แจ้งข่าวสารไปยังคนในชุมชนในเรื่องของการประชุม หรือการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในในชุมชน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวดิ่ง ดังนี้

...ถ้ามีเรื่องสำคัญด่วน ๆ ทาง อบต. เขาก็จะโทรศัพท์มาบอก หรือถ้าเป็นเรื่องสำคัญทาง อบต. เขาจะทำหนังสือมา เราก็จะแจ้งทางหอกระจายเสียงอีกที หรือนำไปพูดในประชุมประจำเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2562)

...ผู้ใหญ่ไปประชุมมาก็จะมีหนังสืออย่างเรื่องอื่น ๆ เช่น จิตอาสา ทางผู้ใหญ่ก็จะประชาสัมพันธ์ว่าวันนี้ทาง อบต. ได้ขอความร่วมมือจิตอาสาเข้าร่วมไปพัฒนาเขตตำบลพันชาติ คือเราจะประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายเสียงให้กับ อบต. แบบนี้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...อบต. เขาจะประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ใหญ่ เวลาเรื่องที่ประชุมมาก็จะฝากผู้ใหญ่ประกาศเพราะว่าทาง อบต.เขาไม่มีหอกระจายข่าว อย่างในเรื่องถนนผู้ใหญ่ก็จะประกาศว่าเราได้แค่นี้ ๆ นะ บางทีถ้ามีข่าวด่วนมาก็จะมาฝากผู้ใหญ่ประกาศจาก อบต. นะ อย่างเรื่องกิจกรรมก็เหมือนกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ทาง อบต. จะเป็นคนประสานงานกับอาจารย์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ที่มาสอนให้เรา และอย่างมีงานทาง อบต. จะเป็นคนประสานกับผู้ใหญ่ ว่าวันนี้ไปออกงานที่อำเภอหนองไผ่ไหม ช่วยไปออกในนามตำบลพันชาติ ทางเราก็ต้องเตรียม และผู้ใหญ่ก็จะประกาศทางหอกระจายเสียงเพื่อที่หาอาสาสมัครไปช่วยออกงาน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...เยอะนะ แล้วแต่ว่าทางอำเภอหรือจังหวัดเขาสั่งการมา ทาง อบต. ก็จะมีประชาสัมพันธ์ส่งให้ ผู้ใหญ่บ้านประกาศผ่านหอกระจายเสียงต่อ ถ้าเรื่องที่แจ้งบ่อย ๆ ก็จะมีเรื่องเบี่ยงเสียงที่ต้องประชาสัมพันธ์กันทุก ๆ เดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

1.1.3 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน ซึ่งทางนายกองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีหรือกำนัน ผู้ใหญ่บ้านได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนตำบลพันชาลีได้มีโอกาสซักถามหรือข้อแนะนำผ่านวาระการประชุมต่าง ๆ ที่ได้จัดตั้งขึ้นมา ซึ่งการสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิภพิรียาได้กลับ โดยมีช่องทางการสื่อสารในแนวตั้ง

1) ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง คือ การถ่ายทอดข้อมูลจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่า หรือการส่งข้อมูลจากผู้ใต้บังคับบัญชาขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชา การบริหารที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์เห็นว่าการสื่อสารแนวตั้งมีบทบาทสำคัญภายในองค์การ และเน้นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งเป็นวิธีการส่งเสริมการทำงาน ส่วนการบริหารที่มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์เห็นความสำคัญของการสื่อสารแนวตั้งเพื่อบูรณาการสมาชิกขององค์การด้วยกันและเพื่อการพัฒนากระบวนการตัดสินใจ ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารแบบแสดงข้อคิดเห็น ข้อเสนอ ข้อเรียกร้อง หรือข้อปรับปรุง โดยเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้มีการจัดประชุมประจำเดือนตามวาระต่าง ๆ กับสมาชิก อบต. และผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้านทราบถึงปัญหาที่ทางผู้ใหญ่บ้านได้ประชาคมตามแต่ละโครงการและนำเสนอต่อการประชุมประจำเดือนภายในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ดังนี้

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะมีประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนาหมู่บ้านโดยจะประชุมกันทุกเดือนเฉพาะสมาชิกของอบต. ที่เขามีส่วนเกี่ยวข้องจะเรียกมาประชุมหลังจากที่ให้ผู้ใหญ่บ้านไปประชาคมแต่ละหมู่บ้านมาแล้ว

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...อบต. จะมีหนังสือมาให้ผู้ใหญ่ไปเข้าร่วมประชุมประชาคมหมู่บ้านทุกเดือน ก็จะมีพนักงานของ อบต. เป็นคนแจกหนังสือตามหมู่บ้านอื่น ๆ อย่างว่า ขอเรียนเชิญให้ผู้ใหญ่บ้านหมู่บ้านนี้ ๆ เข้าร่วมการประชุมประชาคม ทางผู้ใหญ่บ้านก็จะไปประชุมกับเขา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...ก็คือ เราจับตั้งแต่กลุ่มมะม่วงส่งออก คือ ทาง อบต. เราจะไปวิเคราะห์ทุกปีว่าประชาชนมีรายได้ได้อย่างไร เราก็มาทำเหมือนประชาคมเพื่อจะใช้งบประมาณเพื่อไปตามวัตถุประสงค์ คือ ประชาคมความต้องการของชาวบ้าน เพราะหลังจากประชาคมเสร็จแล้วมาตั้งเป็นโครงการเพื่อหาแนวทางช่วยเหลือ ทางที่ประชุมก็จะเก็บข้อมูลจากมะม่วงส่งออกทุกเดือนที่เขาประชุมแล้วก็ให้เขาส่งปัญหาไปที่ อบต. แล้วก็จะมีส่วนของ อบต. ที่อยู่ในหมู่บ้านที่รับผิดชอบอยู่ในนั้น แล้วพอมาร่วมประชุมประจำเดือนที่ อบต. ทางนายกต้องตามจากสมาชิกที่ว่าปัญหาของกลุ่มเพราะว่า อบต. มีการประชุมทุกเดือน ถึงแม้บางครั้งไม่ได้อยู่ในวาระก็จะมีการประชุมทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2562)

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะมีประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนาหมู่บ้านโดยจะประชุมกันทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 16, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...อบต. มีการประชุมกันทุกเดือนเป็นการประชุมแบบทางการ เพราะว่ามีตัวชี้วัดในเรื่องของการบริหารจัดการ เพราะฉะนั้นทางอบต. ต้องมีการจัดประชุมภายในทุกเดือนตัวนี้จะเป็นหัวใจสำคัญในเรื่องของการสั่งงานที่ทางนายก อบต. ต้องมีการเรียกประชุมกันทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)



ภาพ 6 แสดงหอกระจายเสียงภายในหมู่บ้าน

1.2 นักวิชาการเกษตรองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ ทางนักวิชาการเกษตรของตำบลพันชาติจะมีการแจ้งข่าวสารไปยังคนในชุมชน จะแจ้งผ่านผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้านเช่นกัน แต่จะแจ้งในเรื่องของการเกษตร หรือโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน โดยให้ผู้ใหญ่บ้านประกาศผ่านทางหอกระจายเสียงเพื่อรับทราบกันอย่างทั่วถึง

1.2.1 รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้มีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร ได้แก่ นายกององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ กำนันผู้ใหญ่บ้านตำบลพันชาติ และนักวิชาการเกษตรตำบลพันชาติ ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีบทบาทความเป็นผู้นำของชุมชนในตำบลพันชาติ โดยมีการสื่อสารที่เป็นแบบทางการมีทิศทางการไหลของข่าวสาร ดังนี้

1.2.2 ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว

ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว หมายถึง การสื่อสารที่ผู้รับสารไม่สามารถตอบโต้ตอบกับผู้ส่งสารในสื่อกลางเดียวกันได้ โดยผู้ส่งสารหลักจะเป็นฝ่ายส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในชุมชนไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาติมีลักษณะการสื่อสารเป็นเส้นตรง โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หรือบอร์ดประกาศ เป็นต้น โดยคนในชุมชนนั้นไม่สามารถโต้ตอบกลับไปยังผู้ส่งสารหลักได้ ซึ่งลักษณะการสื่อสารนี้เป็นช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

1) ช่องทางการสื่อสารแนวดิ่ง

ช่องทางการสื่อสารในแนวดิ่งหรือการสื่อสารจากบนลงล่าง หมายถึง การสื่อสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งที่สูงกว่าลงมาตามสายงานการบังคับบัญชา เป็นการสื่อสารในแบบของการสื่อสารมักจะออกมาในรูปแบบของคำสั่งด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษร เช่น ผู้นำชุมชนจะประกาศข่าวสาร แจ้งข่าวสารไปยังคนในชุมชนในเรื่องของการประชุม หรือการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวดิ่ง ดังนี้

...ส่วนใหญ่ก็จะเป็นโครงการของรัฐบาล เช่น โครงการเกี่ยวกับพระราชรัฐที่เป็นโครงการที่ชาวบ้านได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการหรือเป็นการขึ้นทะเบียนเกษตรกร ตัวพี่ชาติเองก็จะเป็นคนประสานงานกับทางเกษตรอำเภออีกทีหนึ่ง และให้ทางผู้ใหญ่ประกาศผ่านหอกระจายเสียงต่อให้อย่างกรณีถ้าเกิดชาวบ้านจะเดินทางไปอำเภอ มันก็จะเสียเวลา แต่ถ้าบางเรื่องราวถ้าผ่านเราก่อนการดำเนินการไปช่วยประสานให้มันก็จะทุ่นเวลาไปได้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ทางเกษตรของ อบต. ก็จะประสานงานกับผู้ใหญ่คนเดียวในการดำเนินงานโครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทางเราก็จะประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายเสียงให้เขาต่ออีกที แต่สำหรับหมู่บ้าน ๆ ที่ต้องการจะต่อยอดแบบนี้ทางเกษตร อบต. ก็จะคิดค้นให้เขาได้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...เกษตรกรชาติจะเป็นผู้ประสานงานระหว่าง อบต. ให้ แล้วเขาก็จะมาประสานกับผู้ใหญ่อีกทีให้ประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านอย่างเรา ๆ รู้กัน ซึ่งโครงการมะม่วงแปรรูปทางเกษตรกรชาติก็เป็นคนดำเนินการเรื่องให้ในการขอหรือซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ ทั้งหมด

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

1.3 ผู้ใหญ่บ้าน ทางผู้ใหญ่บ้านในตำบลพันชาติแต่ละหมู่บ้าน จะมีข่าวสาร หรือกิจกรรมที่จะแจ้งไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาติทราบนั้น โดยใช้วิธีการสื่อสารประกาศผ่านหอกระจายข่าวที่ตั้งอยู่ภายในหมู่บ้าน อีกหนึ่งวิธีทางผู้ใหญ่จะใช้วิธีการเดินไปบอกให้คนในชุมชนทราบเกี่ยวกับข่าวสาร หรือกิจกรรมต่าง ๆ

1.3.1 รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาติ กำนันผู้ใหญ่บ้านตำบลพันชาติ และนักวิชาการเกษตรตำบลพันชาติ ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีบทบาทความเป็นผู้นำของชุมชนในตำบลพันชาติ โดยมีการสื่อสารที่เป็นแบบทางการมีทิศทางการไหลของข่าวสาร ดังนี้

1.3.2 ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว

ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว หมายถึง การสื่อสารที่ผู้รับสารไม่สามารถตอบโต้ตอบกับผู้ส่งสารในสื่อกลางเดียวกันได้ โดยผู้ส่งสารหลักจะเป็นฝ่ายส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในชุมชนไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาติมีลักษณะการสื่อสารเป็นเส้นตรง โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หรือบอร์ดประกาศ เป็นต้น โดยคนในชุมชนนั้นไม่สามารถโต้ตอบกลับไปยังผู้ส่งสารหลักได้ ซึ่งลักษณะการสื่อสารนี้เป็นช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

1) ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

ช่องทางการสื่อสารในแนวตั้งหรือการสื่อสารจากบนลงล่าง หมายถึง การสื่อสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งที่สูงกว่าลงมาตามสายงานการบังคับบัญชา เป็นการสื่อสารในแบบของการสื่อสารมักจะออกมาในรูปแบบของคำสั่งด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษร เช่น ผู้นำชุมชนจะประกาศข่าวสาร แจ้งข่าวสารไปยังคนในชุมชนในเรื่องของการประชุม หรือการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในในชุมชน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ดังนี้

...ถ้าเกิดมีข่าวสารแจ้งหรือเรื่องด่วน ๆ ทางผู้ใหญ่ก็จะมีการแจ้งประกาศตามเสียงตามสาย เช่น พรุ้งนี้ประกาศหาอาสาสมัครเข้าร่วมกลุ่มการทำมะม่วงแปรรูป หรือบางครั้งเขาก็จะขึ้นรถมอเตอร์ไซด์ไปบอกตามบ้านถ้าเรื่องนั้นมันจะจริงเพราะบ้านก็จะอยู่ติด ๆ กัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...ผู้ใหญ่ก็จะประชาสัมพันธ์อย่างเดียว แต่ถ้าจะประชุมในวงแคบอย่างกลุ่ม
วิชาหลัก ถ้าอย่างประชุม 10 คน บางทีเขาก็จะวิ่งบอกเขาว่า ประชุมเวลานี้ ๆ ก็จะวิ่งบอก
เขา แต่ส่วนใหญ่ถ้าประชุมทั้งหมดบ้านผู้ใหญ่จะประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายเสียง

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2562)

...ถ้ามีเรื่องด่วนก็จะประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าว อย่างสมมติเรื่องเงิน
ผู้สูงอายุ หรือแม้กระทั่งเรื่องเข้าร่วมทำกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ในหมู่บ้านเราก็จะ
ประชาสัมพันธ์โดยแต่ถ้าอย่างเรื่องประชุมประจำเดือน ตัวผู้ใหญ่เองไปประชุมอำเภอมา
เสร็จก็จะประกาศผ่านหอกระจายข่าวเรียกลูกบ้านแต่ละบ้านเพื่อที่จะรับข้อราชการต่าง ๆ
ที่เราได้ไปประชุมที่อำเภอมาเพื่อให้ชาวบ้านได้รู้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...ผู้ใหญ่ก็ประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าว ว่าจะมีอาจารย์เข้ามาสอนการทำ
แปรรูป ใครสนใจก็เข้าร่วมโครงการนี้ได้ เขาก็จะมากันแต่ถ้าผู้ใหญ่ประกาศประชุมส่วน
ใหญ่เขาก็จะมากันเหมือนกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...มีประกาศรอบเย็นรอบหนึ่ง และก็เข้ามิดอีกรอบหนึ่ง คือเขาจะประกาศสองรอบ
เพราะบางครั้งชาวบ้านยังไม่ได้กลับบ้าน บางทีไปสวนไปน่ายังไม่กลับ แต่ตอนเช้าช่วงตี 5
ก็จะเปิดละ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

1.3.3 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสาร
ไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบ
กลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับ
และส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ
มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะ
ตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน ซึ่งทางนายกองค์การส่วนตำบลพันชาติหรือ
กำนัน ผู้ใหญ่บ้านได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนตำบลพันชาติได้มีโอกาสซักถามหรือข้อเสนอแนะ

ผ่านวาระการประชุมต่าง ๆ ที่ได้จัดตั้งขึ้นมา ซึ่งการสื่อสารแบบนี้ผู้สื่อสารจะให้ความสำคัญกับปฏิภริยาได้กลับ โดยมีช่องทางการสื่อสารในแนวตั้ง

1) ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง คือ การถ่ายทอดข้อมูลจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่า หรือการส่งข้อมูลจากผู้บังคับบัญชาขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชา การบริหารที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์เห็นว่าการสื่อสารแนวตั้งมีบทบาทสำคัญภายในองค์การ และเน้นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งเป็นวิธีการส่งเสริมการทำงาน ส่วนการบริหารที่มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์เห็นความสำคัญของการสื่อสารแนวตั้งเพื่อบุรณาการสมาชิกขององค์การด้วยกันและเพื่อการพัฒนากระบวนการตัดสินใจ ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารแบบแสดงข้อคิดเห็น ข้อเสนอ ข้อเรียกร้อง หรือข้อปรับปรุง โดยเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ดังนี้

ทางผู้ใหญ่บ้านในตำบลพันชาติ จะมีการจัดประชุมประจำเดือนในหมู่บ้าน หรือประชุมหลังจากการได้ข่าวสารจาก อบต.และทางอำเภอ เป็นการประชุมระหว่างผู้ใหญ่กับคนในชุมชน เพื่อทราบถึงโครงการต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นและเพื่อให้คนในชุมชนได้มีการแสดงความคิดเห็นด้วย โดยจะใช้วิธีการประกาศผ่านทางหอกระจายข่าวที่อยู่ตามจุดในหมู่บ้าน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ดังนี้

...อย่างผู้ใหญ่ไปประชุมประจำเดือนที่อำเภอมา เราก็จะประชาสัมพันธ์ประกาศให้ชาวบ้านที่อยู่ในหมู่บ้านมาประชุมเพื่อที่จะรับข้อราชการต่าง ๆ ที่เราไปประชุมมาที่อำเภอแจ้งให้ชาวบ้านได้รู้กัน ว่าเรามีโครงการอะไรมาบ้างที่เป็นประโยชน์ต่อหมู่บ้านเรา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...ผู้ใหญ่ก็จะประชาสัมพันธ์อย่างเดียว แต่ถ้าจะประชุมในวงแคบอย่างกลุ่มวิสาหกิจ ถ้าอย่างประชุม 10 คน บางทีเขาก็จะวิ่งบอกเขาว่า ประชุมเวลานี้ ๆ ก็วิ่งบอกเขา แต่ส่วนใหญ่ถ้าประชุมทั้งหมู่บ้านผู้ใหญ่จะประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายเสียง

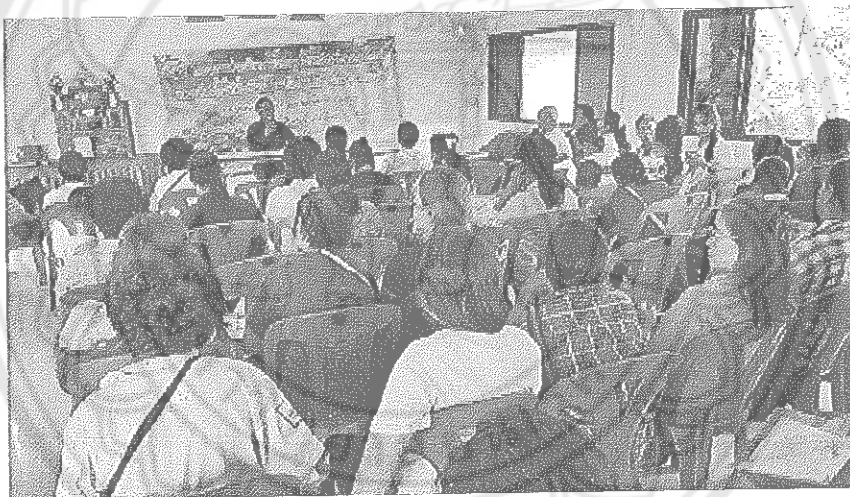
(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2562)

...อย่างเรื่องมะม่วงแปรรูป ก่อนที่เราจะเริ่มทำผู้ใหญ่จะประชุมกันก่อนว่าวันนี้จะทำแปรรูปตัวไหน มีออเดอร์อะไรบ้าง ผู้ใหญ่เขาก็จะจัดแจงงานให้และทางสมาชิกก็จะรู้หน้าที่ตัวเองว่าใครทำอะไร ไม่วุ่นวายกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...หมู่บ้านเราก็จะมีประชุมของหมู่บ้านเหมือนกันเป็นการประชุมประจำเดือน ถ้าประชุมที่นึ่งทางผู้ใหญ่เขาก็จะประกาศผ่านทางหอกระจายเสียง ในตอนเย็น ๆ ทุกคนก็กลับบ้านกันหมดแล้วเนาะ เราก็จะได้ยินกันทั่วถึง เข้ามาก็จะมาช่วยกลุ่มประชุมกันที่อาคารอเนกประสงค์ของหมู่บ้าน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)



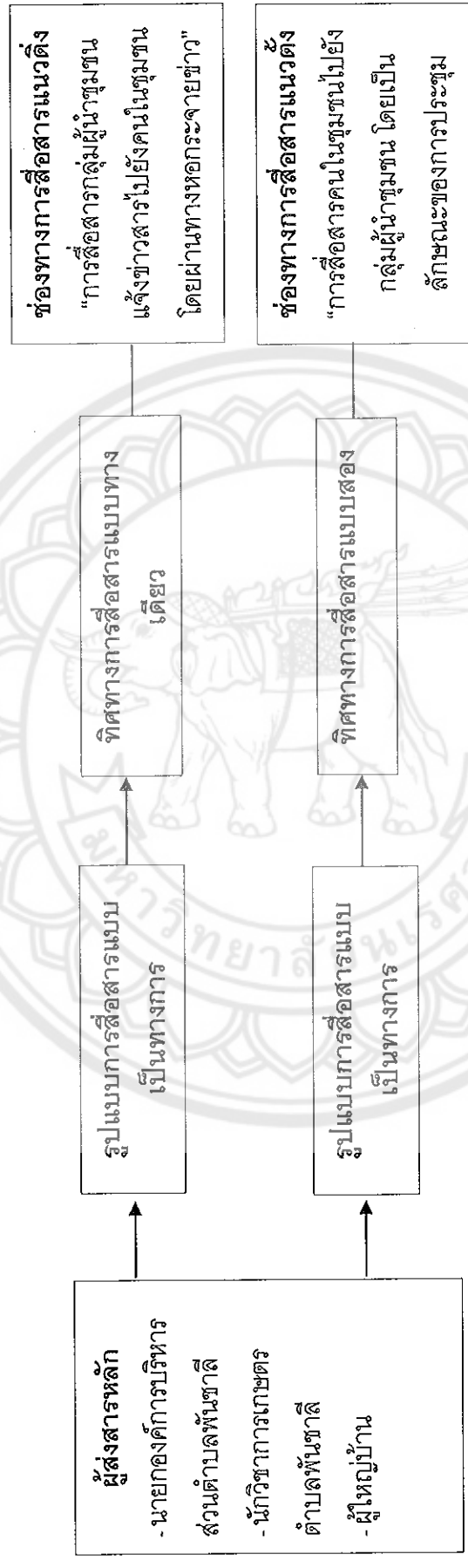
ภาพ 7 แสดงการประชุมประจำเดือนของหมู่บ้าน



ภาพ 8 แสดงการประชุมการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป



จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในตำบลพันชาติ
สามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารหลัก ดังนี้



ภาพ 9 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารหลักในตำบลพันชาติ

2. ผู้ส่งสารรอง

ผู้ส่งสารรองของตำบลพันชาติ เป็นคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในตำบลพันชาติโดยเป็นคนที่มีความคุ้นเคยและรู้จักกันเป็นอย่างดี โดยอาศัยกันในรูปแบบเครือญาติเป็นที่เป็นที่มั่นและมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่คล้ายกัน ทั้งในเรื่องการทำเกษตร การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันภายในชุมชน ซึ่งกระบวนการสื่อสารของคนในชุมชนตำบลพันชาติที่เป็นผู้ส่งสารจึงมีบทบาทได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในคราวเดียวกัน ดังนี้

2.1 ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป เป็นกลุ่มที่ได้รับความรู้ในด้านการแปรรูปมะม่วงจากวิทยากรผู้มีความรู้ที่ได้เข้ามาสอนในการแปรรูปมะม่วงในรูปแบบต่าง ๆ โดยเป็นการได้รับความรู้ที่เกี่ยวกับการแปรรูปใหม่ ๆ ที่นอกเหนือจากการทำมะม่วงแปรรูปในรูปแบบเดิม โดยเป็นการสื่อสารระหว่างภายในกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการจึงเป็นลักษณะของการโต้ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารเป็นกลุ่ม

2.1.1 รูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่ไม่มีฐานะของการดำรงตำแหน่งมาเป็นกรอบบังคับ กล่าวคือ การใช้วิธีการสื่อสารเชิงสนทนา หรือ หรือมอบหมายงานในลักษณะของการเป็นเพื่อนร่วมงานด้วยความเป็นกันเองมากกว่าที่จะเป็นการสื่อสารแบบผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา โดยมีลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มสังคม ที่มีความสนิทสนม การพบปะพูดคุยสนทนากัน และเป็นการถ่ายทอดการสื่อสารมากกว่าจำนวนหนึ่งคนเป็นต้นไป โดยมีการสื่อสารในลักษณะแบบไม่เป็นทางการมีทิศทางการไหลของข่าวสาร ดังนี้

2.1.2 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบไปยังผู้รับสารได้ จึงเป็นการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแนวนอน

1) ช่องทางการสื่อสารแนวนอน

ช่องทางการสื่อสารแนวนอน หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งระดับเดียวกันในองค์การ โดยปกติเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน และมีหน้าที่การงานในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารแนวนอนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีบรรยากาศความเป็นมิตรในการประสานงานโดยผ่านการประชุม การพูดแลกเปลี่ยนความรู้ การแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวนอนดังนี้

...เด็กรุ่นใหม่ก็เข้ามาช่วยทำ แต่จะมาทำในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ วันธรรมดาเขาก็มีเรียนของเขาอะนะ แต่ตอนมาทำเขาก็มาหมดทุกคนเลยนะก็ชวนกันเข้ามามีส่วนร่วมเด็ก ๆ มันก็ดีหัวไวสอนอะไรไปพวกมันก็จำได้ บางทีก็กลับมาสอนป้า ๆ ในบางเรื่องป้าก็ไม่เข้าใจกันซะหมดทุกคนหรือในเรื่องแปรรูปเนี่ย อีกรายอย่างมันก็มาช่วยทำในเรื่องการขายด้วยนะ อย่างพวกป้า ๆ เขาเองก็ทำไม่เป็นแบบทำเพจการขายของกลุ่มเอง

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ทำมานานแล้วเพราะพื้นที่เรามีแต่มะม่วงหลัก ๆ อะนะ ทุก ๆ บ้านส่วนใหญ่เขาก็ทำมะม่วงวรรณธรรมาแบบเมื่อก่อนไว้กินเอง ทำเยอะหน่อยก็แบ่งขายบ้าง จนป้าเองมาเห็นผู้ใหญ่มีโครงการนี้ก็เลยเข้ามาช่วยด้วยเพื่อเราจะได้มีรายได้เพิ่ม อะไรที่มีความรู้หรือรายได้เพิ่มป้าก็ว่ามันน่าสนใจ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...การทำมะม่วงแปรรูปที่นี้มันก็เป็นไปตามระบบ ในกลุ่มเราก็แบ่งส่วนกันทำคนนี้อันนั้น คนนี้ทำอันนี้นะ คือ มีการวางแผนมาแล้ว คนนี้ปลูก คนนี้หั่น คนนี้ล้าง มันจะเป็นไปตามระบบนั้นก็จัดการกันเองเรียบร้อย ก็ช่วย ๆ กันทำสนุกกันไปได้พูดเข้าเล่นกันทุกคนก็อารมณ์ดีมันไม่เบื่อกันเลย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...สนุก คือ ป้าชอบการขาย และป้าก็ค้าขายอยู่แล้วและได้มาช่วยกันทำแล้วมัน จะเกิดความสามัคคีกันเกิดขึ้น เหมือนเราได้มาเจอกันทุกวัน บางวันทำเสร็จก็จะมานั่งคุย กันว่าพรุ่งนี้ทำอะไรต่อดี ปรีกษาหรือกัน คือ พวกป้า ๆจะมาเจอกันที่นี้บ่อยอยู่บ้านแล้ว มันเบื่อ พอมีโครงการนี้มันทำให้เราเจอกันมาขึ้นเรื่อย ๆ มันสนุกดี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ก็ทำแปรรูปมานานแล้ว ป้ามาทุกครั้งที่เขามาอบรมให้มาให้ความร่วมมือกันทุก รอบ อีกอย่างผู้ใหญ่เขาก็ประกาศขอความร่วมมือด้วยแหละ อยู่บ้านก็ไม่ได้ทำอะไร ดีกว่า อยู่เฉยป่าว ๆ เผลอเอาไปต่อยอดทำขายเองที่บ้านก็ได้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ไม่มีปัญหาอะไรนะ ทุกคนในกลุ่มก็ช่วยกันทำดีพอบางครั้งคนนั้นเหนื่อยก็จะ เปลี่ยนกันทำ คนในกลุ่มก็ไม่ได้เยอะ ถ้าไม่ช่วยกันทำมันก็ไม่เสร็จสนุกเฮฮากันไป เพราะ เรามาก็มาด้วยความสมัครใจอยากมารู้ด้วยว่าเขาทำกันยังไง มันไม่เหมือนการทำเดิมยังไง แบบอาจารย์มาสอนมันก็มีอุปกรณ์เยอะหลายขั้นตอน ทุกคนก็ต้องช่วยกันทำกันจำนั้นนั้น แหละ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...จริง ๆ คือเราอยากมีอาชีพ ป้าก็ทำขายเหมือนกันสัมผัสแผนเนียนะ แต่เราก็อยาก มีตลาดของเราเองนี่คือข้อสำคัญเลยที่เราต้องการ อะไรก็ได้ที่มาสอนที่เราสนใจในหมู่บ้าน นี้ แต่ผู้ใหญ่เขาก็พยายามพาเข้ามาเพื่อต้องการให้ลูกบ้านอย่างเรา ๆ มีรายได้ แต่ข้อ สำคัญสำคัญที่สุดเลย คือ ตลาด

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)



ภาพ 10 แสดงกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป

2.2 คนในชุมชนตำบลพันชาติ เป็นคนในชุมชนตำบลพันชาติที่ได้รับข่าวสารเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมภายในชุมชน เพื่อพัฒนาทักษะต่าง ๆ ที่ได้รับความรู้มาและนำไปสารต่อการทำธุรกิจของตนเอง โดยจากการทำกิจกรรมหรือแจ้งข่าวสารนั้นส่วนใหญ่เป็นการชักชวนกันแบบปากต่อปากที่อยู่ใกล้เคียงกัน

2.2.1 รูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่ไม่มีฐานะของการดำรงตำแหน่งมาเป็นกรอบบังคับ กล่าวคือ การใช้วิธีการสื่อสารเชิงสนทนา หรือ หมอบหมายงานในลักษณะของการเป็นเพื่อนร่วมงานด้วยความเป็นกันเองมากกว่าที่จะเป็นการสื่อสารแบบผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา โดยมีลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มสังคม ที่มีความสนิทสนม การพบปะพูดคุยสนทนากัน และเป็นการถ่ายทอดการสื่อสารมากกว่าจำนวนหนึ่งคนเป็นต้นไป โดยมีการสื่อสารในลักษณะแบบไม่เป็นทางการมีทิศทางกรไหลของข่าวสาร ดังนี้

2.2.2 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางกรสื่อสารแบบสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสาร

สามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบไปยังผู้รับสารได้ จึงเป็นการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแนวนอน

1) ช่องทางการสื่อสารแนวนอน

ช่องทางการสื่อสารแนวนอน หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งระดับเดียวกันในองค์การ โดยปกติเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน และมีหน้าที่การงานในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารแนวนอนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีบรรยากาศความเป็นมิตร ในการประสานงานโดยผ่านการประชุม การพูดแลกเปลี่ยนความรู้ การแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวนอน ดังนี้

...ก็รู้ข่าวประชาสัมพันธ์จากหอกระจายข่าวของผู้ใหญ่เนี่ยแหละ ส่วนใหญ่ถ้าอยู่ไกล ๆ บางทีก็ไม่ค่อยได้ยิน ถ้าสมมติเราไม่ได้ยินเราก็จะโทรถามผู้ใหญ่ แต่ป่าเป็นหัวหน้า คุ่มบางทีก็จะโทรบอกต่อ ๆ กัน ถ้าเราได้ยินเราก็จะโทรบอกลูกคุ่มด้วย แบบพุงนี้ก็มีโครงการแปรรูปนะใครสนใจเข้าร่วมได้ ผู้ใหญ่เข้าประกาศมา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ป่าสามคนก็อยู่ในตำบลนี้แหละ ก็ได้ยินทางผู้ใหญ่ประกาศขอความร่วมมือก็เลยชักชวนกันมารวมกลุ่มกัน แบบใครว่างก็มา มาช่วย ๆ กันด้วยความสมัครใจกันมา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 9, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ส่วนใหญ่คนที่ทำก็เป็นคนในตำบลเราเนี่ยแหละ เขาก็มากันหลังจากที่เขาได้ยินประกาศของผู้ใหญ่ แรก ๆ ก็มากันเยอะ 30 กว่าคนได้ แต่หลัง ๆ พอจะทำใครว่างก็มา ผู้ใหญ่เขาก็มีอาหารเลี้ยงมีเบียร์เลี้ยงให้สำหรับคนมาทำอะนะ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ป่าทำมานานแล้วเพราะพื้นที่เรามีแต่มะม่วงหลักอะนะะ ทุกบ้านส่วนใหญ่เขาก็ทำมะม่วงกวน ส้มแผ่น แบบธรรมดาไว้กินเองบ้าง พอทำเยอะก็ฝากลูกหลานแบ่งไปขายต่างจังหวัดบ้าง จนป่ามาเห็นผู้ใหญ่นี้ขึ้นมาก็เลยเข้ามาช่วยด้วยเพื่อเราจะได้มีรายได้เพิ่มไปทำเองที่บ้านต่อ แต่ก็ทำไม่ค่อยได้หรอกเพราะอุปกรณ์การทำมันไม่มี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...แรกเริ่มเห็นมาแต่เกิดป่าก็เห็นมะม่วงแล้ว ส้มแผ่น มะม่วงกวน มันก็มีแค่นี้ที่เราทำได้ มันเป็นของคนเก่าคนแก่เขาทำกินกันมา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

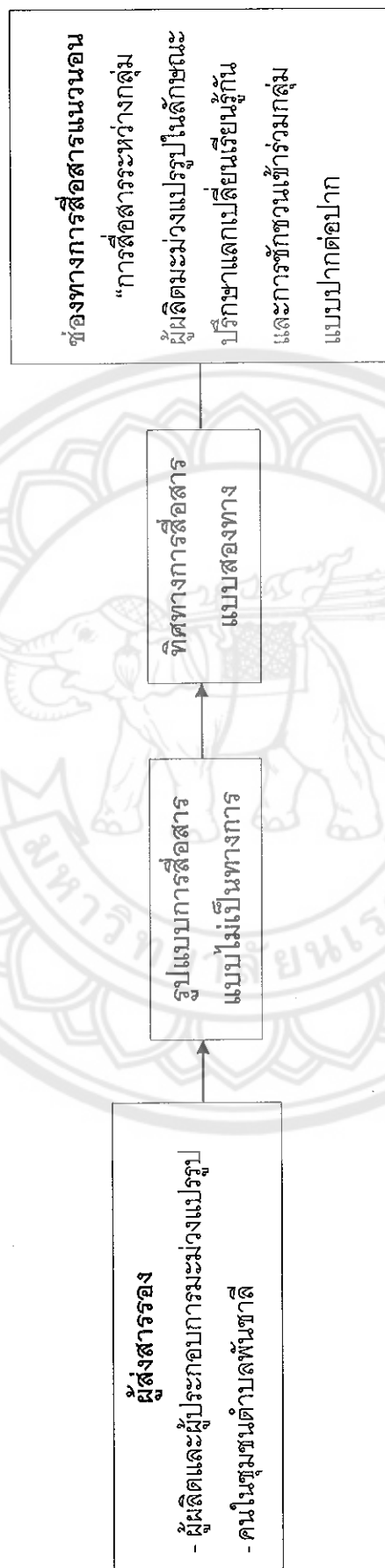
...มี ๆ บ้านน้ำมีสวนมะม่วงเป็นมะม่วงส่งออกด้วย จะแปรรูปที่ก็หลังเก็บแล้วหรือไม่กี่ที่เหลือจากตกเกรดก็เอามากวนเก็บไว้ในตู้เย็นบ้าง ตากแดดใส่กล่องขายบ้างแต่ของป่าไม่ใส่สารกันบูดนะทำแบบธรรมชาติที่ทำกันมาเอง แม่เป็นคนสอนทำ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...แรกเริ่มก็ทำแต่มะม่วงกวนกัน แล้วก็ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์เข้ามาสอนก็เลยต่อยอดไปเรื่อย ๆ สำหรับพวกเขื่อนก่อน ๆ เขาก็ทำมาจะทำตามแบบของเขาไม่เหมือนกัน ทำแบบไว้กิน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ส่งสารองในชุมชนตำบลพันชาติ สามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารอง ดังนี้



ภาพ 11 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารองในตำบลพันชาติ

3. ผู้ส่งสารภายนอกชุมชน

ผู้ส่งสารภายนอกชุมชน เป็นบุคคลที่มาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั้งที่เป็นมหาวิทยาลัยนเรศวรที่ส่งเสริมกิจกรรมการอบรมการสร้างมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนสามารถต่อยอดการแปรรูปมะม่วงที่เหลือโดยการนำองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัยถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีโดยนำวิทยากรผู้มีความรู้มีความรับผิดชอบในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แก่ชุมชน โดยบุคคลเหล่านี้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีจะเป็นคนประสานงานเพื่อจัดทำโครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปขึ้นมา และให้วิทยากรผู้มีความรู้เข้ามาส่งเสริมให้แก่ชาวบ้านทั้งในด้านการแปรรูปและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แก่ชุมชน ซึ่งกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารภายนอก ดังนี้

3.1 มหาวิทยาลัยนเรศวร ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ประสานงานกับมหาวิทยาลัยนเรศวรเพื่อขอความร่วมมือในการส่งเสริมการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้แก่คนในชุมชน และอีกทั้งทางมหาลัยนเรศวรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาศักยภาพชุมชนที่มีชื่อว่าการพัฒนาศักยภาพชุมชนและทุนมนุษย์ ที่จะส่งเสริมโครงการต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน หลังจากองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ขอความร่วมมือไปทางมหาวิทยาลัยนเรศวรจึงจัดกิจกรรมอบรมในเชิงปฏิบัติการที่จะเพิ่มมูลค่าการแปรรูปจากมะม่วง โดยมีวิทยากรที่อยู่ในเครือข่ายของมหาวิทยาลัยนเรศวรมาให้ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะม่วงในรูปแบบต่าง ๆ

3.1.1 รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบนหรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งและผู้รับข่าวสาร โดยสารนั้นจะไหลผ่านตามลำดับความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ได้แก่ การสื่อสารทางราชการ การสื่อสารด้วยคำพูด หรือเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ติดต่อประสานงานกับมหาวิทยาลัยนเรศวรในด้านการส่งเสริมการแปรรูปมะม่วงให้แก่คนในชุมชน และประสานงานกับวิทยากรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นผู้ที่มีความรู้ในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์มาเพื่อส่งเสริมศักยภาพและคุณภาพและคุณชีวิตของคนในชุมชนตำบลพันชาลีให้ดีขึ้น โดยทางมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นั้นกับองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้มีการสื่อสารได้ซึ่งกันและกัน ดังนี้

3.1.2 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยทางมหาวิทยาลัยนเรศวรได้ส่งเสริมการแปรรูปต่าง ๆ ที่มีวิทยากรมาสอนให้แก่คนในชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นกันเองสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กันได้ตลอด และวิทยากรผู้มีความรู้และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปจากมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์เป็นบุคคลที่ทำงานกันเป็นทีมที่พร้อมมาให้ความรู้แก่ชาวบ้าน และพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้อีกด้วย ซึ่งบุคคลเหล่านี้สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันจึงเป็นการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแนวไขว้

1) ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้

ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้ หมายถึง เป็นการสื่อสารแบบข้ามแผนกหรือข้ามระดับที่มีลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน โดยเป็นการสื่อสารจากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดในประเด็นที่เป็นเรื่องสำคัญที่อีกฝ่ายต้องรับรู้หรือจำเป็นต้องหารือร่วมกัน การสื่อสารแนวไขว้นี้เป็นการสื่อสารระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นการติดต่อประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกชุมชนตำบลพันชาติ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวไขว้ ดังนี้

...ในช่วงแรก ๆ ชาวตำบลพันชาติเราก็จะทำมะม่วงกันเนาะเป็นการทำมะม่วงเพื่อการส่งออก แต่ที่นี้มะม่วงที่เขาเหลือจากการส่งออกมันตกเกรดเยอะ ทางพวกชาวบ้านเขาก็ไม่ได้เอาไปทำอะไรเพียงแต่เมื่อก่อนเขาก็จะเอาไปทำแค่มะม่วงส้มลิ้มแค่นั้นเนาะไม่ค่อยมีการแปรรูปเป็นอย่างอื่น และพี่ก็เลยลองมาคิดดูว่าถ้าเกิดนอกเหนือจากส้มลิ้ม ส้มแผ่นเนี่ย เราสามารถจะทำอะไรได้อีกทาง อบต. ก็เลยขอความร่วมมือไปทางมหาวิทยาลัยนเรศวรก็ประกออบกับทางมหาวิทยาลัยนเรศวรจะมีพวกกองงานที่มีความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านชุมชนพอดี ทาง อบต. ก็เลยเข้าไปประสานงานก็เลยได้ทำงานร่วมกับทางมหาวิทยาลัยนเรศวร

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...โครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ส่วนหนึ่ง และทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีอีกส่วนหนึ่ง เขามาผสมกัน แต่ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์เขาก็จะมีบขชามาสนับสนุน บางโครงการองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีเราก็เป็นคนสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 18, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2562)

...อาจารย์ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ตอนเขามาสอน ก็มาสอนหลายอย่างนะและก็จะมีโอกาสที่ไปแข่งที่มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ก็จะมีโอกาสกับขอสมมะม่วงที่ได้รางวัลชมเชยติด 1 ใน 5 แล้วพัฒนาชุมชนก็เอาไปขึ้นของ OTOP ให้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์เขาก็ส่งเสริมให้เราเยอะนะ โดยเฉพาะทำสติกเกอร์มาให้และให้เยอะด้วย คือตอนนี้ยังใช้ไม่หมดเลย แต่อย่างว่าชาวบ้านเขาก็ชอบสติกเกอร์อีกแบบหนึ่งมันก็เลยเหลือเยอะ ทางผู้ใหญ่เขาก็เลยเก็บไว้ก่อน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...อาจารย์มาสอนแล้วมันทำกันคนละอย่างกัน อย่างอาจารย์เขามีสูตรของเขามาอย่างทำเราก็ทำแบบเชื่อมน้ำเชื่อมแล้วก็แช่ไปอย่างนั้น แบบน้ำเค็มออก ถ้าอย่างอาจารย์เขามาก็คือ มันต้องทำแบบเป็นชั้นตอนของเขาเอามาทำแบบมันไม่เหมือนกัน แต่ของอาจารย์มันก็จะดีเพราะมันอยู่ได้นานเพราะมันจะกรอบ มันจะอยู่ได้นาน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)



ภาพ 12 แสดงวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะม่วงในรูปแบบต่าง ๆ จากมหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

3.2 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ ได้ประสานงานกับวิทยากรผู้มีความรู้จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาทั้งในด้านการแปรรูปและออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติได้จัดทำโครงการการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปที่เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่มะม่วงแปรรูปในรูปแบบอื่น ๆ และสร้างเสริมความรู้เพิ่มเติมให้แก่ชาวบ้านรวมถึงการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ซึ่งโครงการนี้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติได้ประสานกับผู้ใหญ่บ้านโดยประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายเสียงตามสายเพื่อเป็นการแจ้งข่าวสารของการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปไปยังชาวบ้านที่อยู่ในชุมชน

3.2.1 รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบนหรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งและผู้รับข่าวสาร โดยสารนั้นจะไหลผ่านตามลำดับความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ได้แก่ การสื่อสารทางราชการ การสื่อสารด้วยคำพูด หรือเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติได้ติดต่อประสานงานกับมหาวิทยาลัยนเรศวรในด้านการส่งเสริมการแปรรูปมะม่วงให้แก่คนในชุมชน และประสานงานกับวิทยากรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเป็นผู้ที่มีความรู้ในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์มาเพื่อส่งเสริมศักยภาพและคุณภาพและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

ตำบลพันชาลีให้ดีขึ้น โดยทางมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นั้นกับองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้มีการสื่อสารโต้ซึ่งกันและกัน ดังนี้

3.2.2 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ส่งเสริมการแปรรูปต่าง ๆ ที่มีวิทยากรมาสอนให้แก่คนในชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นกันเองสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กันได้ตลอด และวิทยากรผู้มีความรู้และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์เป็นบุคคลที่ทำงานกันเป็นทีมที่พร้อมมาให้ความรู้แก่ชาวบ้าน และพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้อีกด้วย ซึ่งบุคคลเหล่านี้สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันจึงเป็นการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแนวไขว้

1) ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้

ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้ หมายถึง เป็นการสื่อสารแบบข้ามแผนกหรือข้ามระดับที่มีลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน โดยเป็นการสื่อสารจากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดในประเด็นที่เป็นเรื่องสำคัญที่อีกฝ่ายต้องรับรู้หรือจำเป็นต้องหารือร่วมกัน การสื่อสารแนวไขว้เป็นการสื่อสารระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นการติดต่อประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกชุมชนตำบลพันชาลี ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวไขว้ ดังนี้

...ทาง อบต. เป็นคนประสานงานมาให้มาอบรมเรื่องการแปรรูปให้กับชาวบ้านหมู่บ้านนี้ และทางตัวครูเองก็สอนอยู่ในหลักสูตรวิทยาศาสตร์และการอาหารอยู่แล้ว พอทาง อบต. ติดต่อมาครูก็ยินดีที่จะมาให้ความรู้แก่ชาวบ้านที่นี่ แต่ก่อนเข้ามาครูก็ให้นักศึกษาเขาอยู่แถวนี้มาดูให้ก่อนว่าอุปกรณ์พร้อมไหม เพราะก่อนที่เราจะเริ่มเราก็ต้องดูก่อนว่าเขามีอะไรบ้างและเขาขาดอะไร เพื่อที่ว่ามาแล้วทำให้มันได้ที่เดียวเลย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2562)

...มีพี่ที่อยู่ อบต. เป็นคนติดต่อให้มาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้พี่นี่เขาบอกว่าให้มาช่วยทำให้หน่อย ก็พอดีอาจารย์ก็กำลังออกแบบผลิตภัณฑ์ของ OTOP ให้กับอีกตำบลอื่น อยู่พอดี คือ พี่เขาเห็นก็เลยติดต่อให้อาจารย์มาออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้คนกลุ่มนี้ แรกเริ่มอาจารย์ก็ได้ทำเกี่ยวกับ OTOP อยู่แล้วเป็นออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจข้าวที่บ้านหนองกันยา แล้วพอที่นี้ทำแล้วมันมีช่วงหนึ่งที่บรรจุภัณฑ์มาถ่ายทอดข้อมูลของการออกแบบอาจารย์ก็เลยบอกว่าหมู่บ้านไหนถ้าสนใจก็สามารถร่วมรับฟังได้ และก็เชิญพี่อบต. พันชาติเข้าไปด้วย จริง ๆ หมู่บ้านนี้ก็หมู่บ้านหนึ่งที่เข้าไปร่วมด้วย (ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)



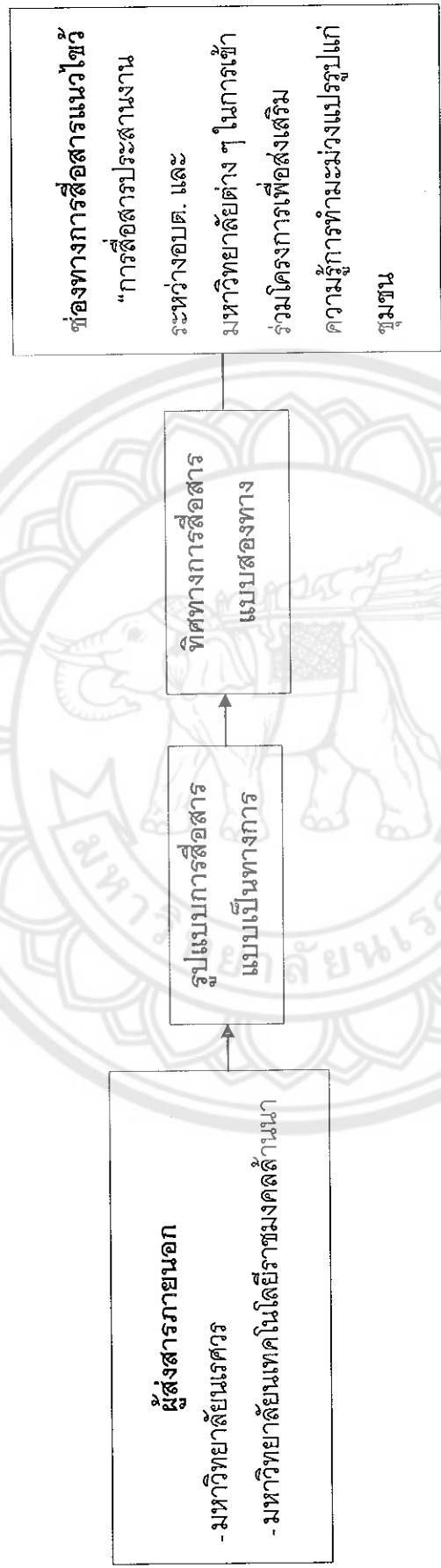
ภาพ 13 แสดงวิทยากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป จากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาพ 14 แสดงวิทยากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์
มะม่วงแปรรูป จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

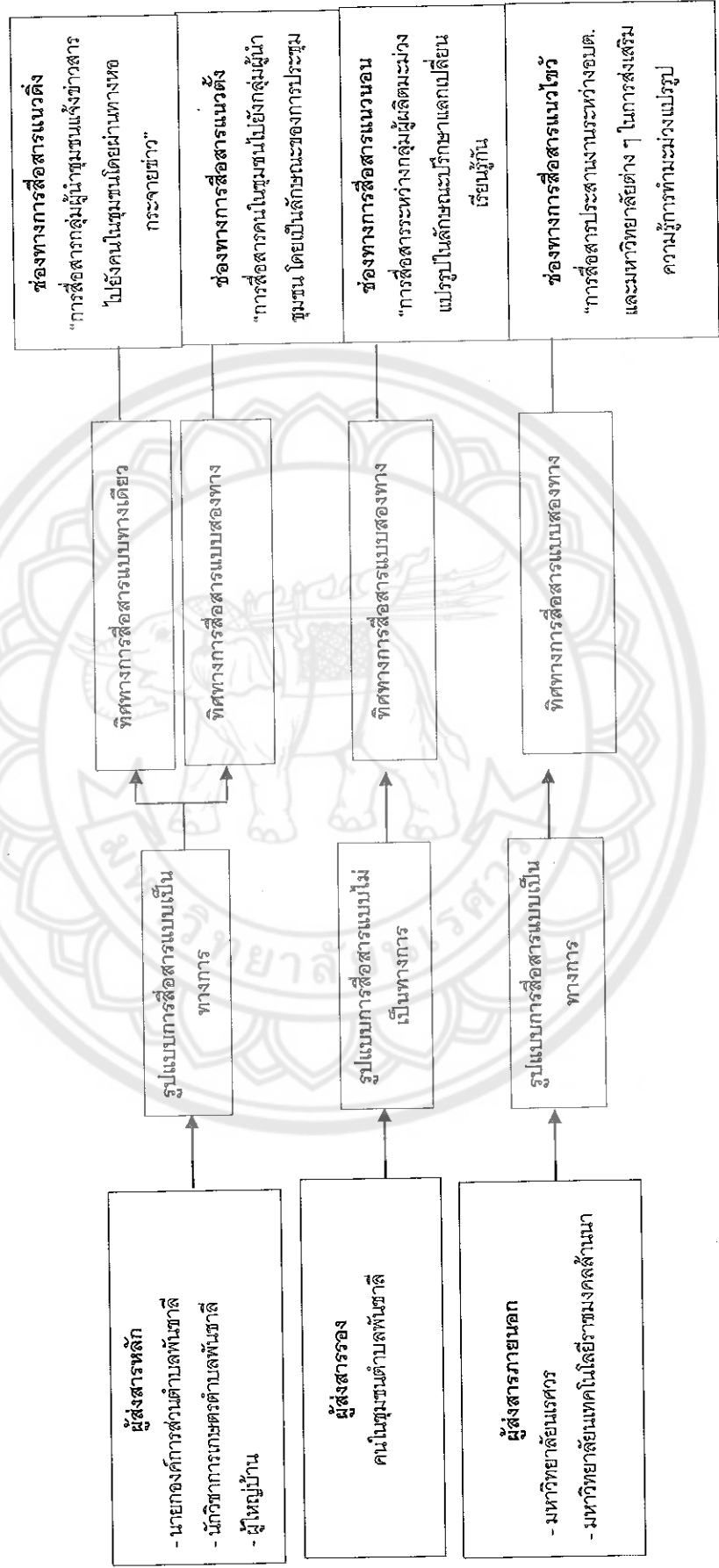


จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในรูปแบบในตำบลพันชาติ ผู้ส่งสารภายนอกชุมชนตำบลพันชาติสามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสาร ดังนี้



ภาพ 15 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารภายนอกตำบลพันชาติ

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ทางประเภทยาสูบในต่างประเทศ ผู้ส่งสารหลัก ผู้ส่งสารรอง และผู้ส่งสารภายนอกชุมชนตำบลพันชาติ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสาร ดังนี้



ภาพ 16 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารในตำบลพันชาติ

สาร

สารหรือข่าวสาร คือ ผลผลิตของความรู้ที่นึกคิด ความต้องการอารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ หรือเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งต้องการจะสื่อออกมา ซึ่งในกระบวนการติดต่อสื่อสารนั้นมีความสำคัญ เพราะข่าวสารที่ดีต้องแปลงเป็นรหัส เพื่อสะดวกในการส่งการรับและตีความ เนื้อหาสาระของสารและการจัดสารก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น

การสื่อสารภายในชุมชนตำบลพันชาลี สารหรือข่าวสารนั้นที่ใช้ในการสื่อสารในชุมชนตำบลพันชาลี ผู้ส่งสารหลักจะเป็นผู้ส่งสารข่าวสารต่าง ๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและมีประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน และอีกทั้งคนในชุมชนตำบลพันชาลีสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ซึ่งสารหรือข่าวสารของชุมชนตำบลพันชาลีนั้น จะเป็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ และข่าวสารทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชนตำบลพันชาลี สารของคนในตำบลพันชาลี ดังนี้

1. สารของผู้ส่งสารหลัก

สารหรือข่าวสารของผู้ส่งสารหลัก จะเป็นการแจ้งข่าวสารหรือการแจ้งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชน เช่น นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาลี ผู้ใหญ่บ้านที่มีความประสงค์จะแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังชาวบ้านที่อยู่ในตำบลพันชาลี โดยประกาศใช้หอกระจายข่าวที่อยู่ในตำบลพันชาลี ซึ่งการสื่อสารลักษณะนี้เป็นรูปแบบการสื่อสารแบบทางการ ทิศทางการสื่อสารทางเดียวและเป็นช่องทางการสื่อสารแนวดิ่ง อีกทั้งการสื่อสารในลักษณะนี้เป็น การสื่อสารสื่อมวลชน คือ การสื่อสารที่มีความกว้างไกลในการกระจายข่าวสารไปยังพื้นที่ต่าง ๆ มีความรวดเร็วในการถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างถูกต้อง

1.1 ข่าวสารเกี่ยวกับการประชาคมขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี เป็นโครงการประชาคมประจำเดือนของหมู่บ้านที่เป็นการประชาคมเพื่อนำปัญหาหรือเสนอโครงการที่มีประโยชน์ต่อหมู่บ้าน โดยผู้ใหญ่แต่ละหมู่บ้านเป็นบุคคลที่ต้องประชาคมให้แล้วเสร็จและนำไปเสนอต่อองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีเพื่อก่อให้เกิดโครงการนั้น ๆ เช่น โครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง โครงการสร้างเสริมผลผลิตของเกษตรกร เป็นต้น โดยผู้ใหญ่ใช้วิธีประกาศผ่านหอกระจายข่าว ซึ่งเป็นการสื่อสารที่รวดเร็วและกระจายข่าวสารไปอย่างทั่วถึงจะประกาศในช่วงเย็น ๆ ย้ำการประกาศประมาณสองรอบ เพื่อให้ชาวบ้านจะได้มาเข้าร่วมโครงการในอีกวัน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ทางอบต. เราจะเข้าไปวิเคราะห์ทุกปีว่าประชาชนมีรายได้อย่างไร เราก็มาทำเป็นประชาคมเพื่อจะใช้งบประมาณเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ก็คือ ประชาคมเพื่อความ ต้องการของชาวบ้านในหมู่บ้านเพราะหลังจากประชาคมเสร็จแล้วก็นำมาตั้งเป็นโครงการ เพื่อหาแนวทางช่วยเหลือ ประชุมก็จะเก็บข้อมูลมาส่งปัญหาเข้ามาที่ อบต. แล้วก็จะ มีสมาชิกของ อบต. ที่อยู่ในหมู่บ้านที่รับผิดชอบนั้นด้วย และหลังจากประชุมประจำเดือนที่ อบต. ทางตัวนายก อบต. เองก็ตามสมาชิกที่ว่ามีปัญหาของกลุ่มอะไรเพราะว่าทาง อบต. มีการประชุมทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2562)

...อย่าง อบต. เรื่องล่าสุด เรื่องเกี่ยวกับประชาคมหมู่บ้าน พื้นที่นิคม ทางตัวผู้ใหญ่ เองก็ต้องประกาศผ่านหอกระจายข่าวว่าประชาคมหมู่บ้าน คือ ทางอบต. เขาจะไม่ให้ ชาวบ้านมาที่อบต. เขาจะให้เราประชาคมแต่ละหมู่บ้านแล้วก็ส่งเรื่องไปให้เขาว่าจะเอา นิคมหรือจะเอาป่าไม้ ก็คือว่า เราจะต้องประชาคมที่หมู่บ้านให้แล้วเสร็จพร้อมส่งรายชื่อ วาระประชุม เพราะทาง อบต. เขาจะไม่ให้ชาวบ้านไปด้วยเพราะสถานที่มันไกลจาก หมู่บ้าน แต่แผนพัฒนาหมู่บ้านทางอบต. เขาก็เรียกผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้านไปจัดเวทีของ แต่ละหมู่บ้าน เพื่อที่จะเสนอแผนว่าหมู่บ้านนั้นมีความเดือนร้อนอะไรและอบต. จะทำแผนให้ ภายใน 3 ปี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะมีประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนา หมู่บ้านโดยจะประชุมกันทุกเดือนเฉพาะสมาชิกของอบต. ที่เขามีส่วนเกี่ยวข้องจะเรียกมา ประชุมหลังจากที่ผู้ใหญ่บ้านไปประชาคมแต่ละหมู่บ้านมาแล้ว

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ขึ้นอยู่กับแต่ละหมู่บ้านว่าหลังจากประชาคมมาแล้วได้โครงการมา ทางที่ก็จะ เสนอโครงการเข้าไป แล้วทางผู้บริหารจะคัดเลือกในที่ประชุม ถ้าบางโครงการนั้นผ่าน อย่างเช่น โครงการมะม่วงแปรรูปเนี่ย เขาเอาเข้าข้อบัญญัติแล้ว ทางสมาชิก อบต. เราก็จะ ลงมาทำให้ทันที

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)



ภาพ 17 แสดงการประชุมของหมู่บ้าน

1.2 ข่าวสารเกี่ยวกับงานประจำปีของหมู่บ้าน ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้จัดงานประจำปีของหมู่บ้านที่วัดหนองกาดำในตำบลพันชาลี เป็นงานภายในหมู่บ้านที่ได้จัดขึ้นมาเพื่อสร้างความสามัคคีของคนในชุมชน โดยภายในงานนั้นจะประกอบไปด้วยการแข่งขันเรือ และการประกวดพันธุ์มะม่วง ชาวเหนียวมะม่วงที่ให้แต่ละหมู่บ้านส่งเข้าประกวดกัน รวมไปถึงการนำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชนไปจำหน่ายได้ภายในงานเพราะไม่ใช่มีแค่คนในชุมชนแต่ยังมีบุคคลภายนอกชุมชนที่สามารถเข้าร่วมงานเพราะในแต่ละปีจะมีคนที่ให้ความสนใจในงานนี้เป็นจำนวนมาก โดยทางอบต. จะประชาสัมพันธ์ทางป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ของงานวัดประจำปีหมู่บ้าน จ้างรถแห่กระจายเสียงที่จะประกาศผ่านลำโพงไปรอบ ๆ ทั้งในและนอกหมู่บ้าน และประชาสัมพันธ์ผ่านเพจของวัดหนองกาดำ ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ก็จะมีงานวัดหลวงพ่อยิ้มเป็นงานประจำปีของวัดหนองกาดำ งานจะมีประมาณ 2 วัน และภายในงานจะมีการแข่งเรือพลาสติกเฉพาะในตำบล มีการประกวดพันธุ์มะม่วงก็จะมีมะม่วงฟ้าลั่นและก็มีมะม่วงน้ำดอกไม้และก็มีประกวดข้าวเหนียวมะม่วงด้วยนะจะแข่งภายในตำบลเท่านั้น ทางกลุ่มเราก็เลยนำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปไปขายด้วย เพราะในงานก็มีแต่มะม่วงกับข้าวเหนียวไม่ค่อยมีแปรรูปมาขาย พอเอาไปมันก็ขายดีนะเพราะคนก็มาเที่ยวงานกันเยอะส่วนมากคนข้างนอกจะซื้อมากกว่า

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...พอเสร็จจากฤดูเก็บเกี่ยวแล้วทาง อบต. จะให้ทุนไปแข่งเรือภายในงานประจำปี จุดประสงค์เลยคือต้องการให้เชื่อมความสัมพันธ์ให้กลุ่มเกาะกันอยู่ เพราะเราไม่ได้ส่งเสริมแค่ด้านอาชีพอย่างเดียวเราก็ส่งเสริมด้านกิจกรรมด้วยเพราะในหมู่บ้านมีแหล่งน้ำอยู่เราก็จัดการแข่งเรือทุกหมู่ไปร่วมกัน และภายในงานก็มีการประกวดพืชผลทางการเกษตร ข้าวเหนียวมะม่วง มะม่วงต่าง ๆ มันเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมสนุกกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2562)

1.3 ชาวสารเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีและผู้ใหญ่จะประสานงานกันในเรื่องของการทำโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชน เป็นการทำงานร่วมกันตั้งแต่แรกเริ่มทั้งในด้านขอความร่วมมือกับทางมหาวิทยาลัยนเรศวรเพื่อจัดหาวิทยากรที่จะมาให้ความรู้ในการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปและขอความร่วมมือจัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยีในการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยในแรกเริ่มทางผู้ใหญ่จะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายข่าวไปยังคนในชุมชน ในเรื่องของความสมัครใจของคนในชุมชนในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป และหลังจากเกิดโครงการขึ้นมาทางผู้ใหญ่และทางอบต.จะเป็นคนแจ้งข่าวสารไปยังกลุ่มในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเป็นระยะ ๆ ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...แรกเริ่มก็ผู้ใหญ่เป็นคนประกาศชักชวนคนมาจะประกาศทางหอกระจายข่าว คือ ประกาศหาคนสนใจเข้าร่วมกลุ่มมะม่วงแปรรูปที่ อบต. จัดทำโครงการให้ ทุกคนในกลุ่มก็มาด้วยความสมัครใจกันแบบใครว่างใครก็มาทำ แต่ทุกคนในกลุ่มก็มากันเยอะนะในช่วงแรก ๆ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ทางพี่เกษตรของ อบต. ก็จะคนประสานงานกับผู้ใหญ่ผู้คนเดียวในการดำเนินงานโครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทั้งในเรื่องของการประสานกับมหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาที่เราจะขอความร่วมมือเขาในเรื่องการส่งเสริมพัฒนาหมู่บ้านเราทั้งในเรื่องของวิทยากรและอุปกรณ์ด้วย แต่หมู่อื่น ๆ ที่จะต่อยอดแบบนี้ทางเกษตรอบต. ก็จะคิดค้นให้เขาได้ถ้าเขาเสนอมาว่าเขามีปัญหาอะไร

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ถ้ามีข่าวสารจะแจ้งหรือมีออเดอริใหญ่เข้ามา เช่น มีการจัดเบรกของ อบต. ทางผู้ใหญ่ก็จะมีการแจ้งประกาศเสียงตามสาย และบางครั้งเขาก็จะชี้รถมอเตอร์ไซด์ไปแจ้งตามบ้านเพราะบ้านคนที่เขาอยู่ในกลุ่มแปรรูปก็จะอยู่ใกล้ ๆ กัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ผู้ใหญ่เขาจะเป็นคนดำเนินการต่าง ๆ มากกว่า เช่น หาอุปกรณ์คอยชื่อของมาให้ ทางพวกลูกกลุ่มก็ทำมะม่วงแปรรูปคอยหลังจากผู้ใหญ่ได้แจ้งมาวันนี้ให้ทำอะไรบ้างเอาไปขายวันไหนที่ไหน เขาก็จะบอกเรา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

2. สารของผู้ส่งสารรอง

สารหรือข่าวสารของผู้ส่งสารรอง เป็นการสื่อสารของผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป และคนในชุมชนที่ได้เข้าร่วมโครงการการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้จัดทำโครงการขึ้นมา เพื่อที่คนในชุมชนต้องการหาความรู้เพิ่มเติมจากการแปรรูปของมะม่วงที่เป็นผลผลิตหลักของชุมชนที่การเพาะปลูกมะม่วงเป็นส่วนใหญ่ โดยได้ความรู้จากวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทำมะม่วงอบแห้ง ใว้ น้ำตาล การทำแช่อิ่มไม่ผสมสาร เป็นต้น ซึ่งคนในชุมชนสามารถนำไปต่อยอดต่อการทำธุรกิจที่บ้านเองได้เป็นการสร้างรายได้ให้ตนเองและชุมชน อีกทั้งยังนำความรู้ไปเผยแพร่แก่ลูกหลานที่อยู่ตามบ้านเป็นการต่อยอดของการทำมะม่วงแปรรูป โดยมีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง และเป็นช่องทางการสื่อสารแนวนอน

2.1 ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป มะม่วงแปรรูปเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนตำบลพันชาลีเพราะพื้นที่ในชุมชนส่วนใหญ่จะพื้นที่เกษตรกรรมเพาะปลูกมะม่วงเป็นระดับต้น ๆ ของจังหวัด แต่ภายในชุมชนยังไม่ได้รับการต่อยอดในเรื่องของการพัฒนาในด้านการแปรรูป ทางกลุ่มผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปจึงต้องการที่จะแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากการทำมะม่วงแปรรูปแบบดั้งเดิมเปลี่ยนเป็นการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อเป็นการนำผลผลิตที่ตนเองมีอยู่มาทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและรายได้ต่อชุมชน อีกทั้งยังเป็นการสร้างพื้นที่เศรษฐกิจแก่ชาวบ้านและลูกหลานต่อไป ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ป่าทำมานานแล้วเพราะพื้นที่เรามีแต่มะม่วงหลักอะเนาะ ทุกบ้านสวนใหญ่เขาก็ทำมะม่วงกวน ส้มแผ่น แบบธรรมดาไว้กินเองบ้าง พอทำเยอะหน่อยก็ฝากลูกหลานแบ่งไปขายต่างจังหวัดบ้าง จนป่ามาเห็นผู้ใหญ่มีโครงการนี้ขึ้นมาก็เลยเข้ามาร่วมด้วยเพื่อเราจะได้มีรายได้เพิ่มไปทำเองที่บ้านต่อ แต่ก็ทำไม่ค่อยได้หรอกเพราะอุปกรณ์การทำมันไม่มี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...เด็กรุ่นใหม่ก็เข้ามาช่วยทำ แต่จะมาทำในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ วันธรรมดาเขาก็มีเรียนของเขาอะเนาะ แต่ตอนมาทำเขาก็มาหมดทุกคนเลยนะก็ชวนกันเข้ามามีส่วนร่วมเด็ก ๆ มันก็ดีหัวไวสอนอะไรไปพวกมันก็จำได้ บางทีก็กลับมาสอนป่า ๆ ในบางเรื่องป่าก็ไม่เข้าใจกันซะหมดทุกคนหรอกในเรื่องแปรรูปเนี่ย อีกร้อยอย่างมันก็มาช่วยทำในเรื่องการขายด้วยนะ อย่างพวกป่า ๆ เขาเองก็ทำไม่เป็นแบบทำเพจการขายของกลุ่มเอง

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ก่อนจะเข้าโครงการป่ายังคุยกันอยู่เลยว่าเราน่าจะทำแปรรูปไปขายบ้าง อย่างบ้านอื่น ๆ เขา เพราะเราก็ทำได้แบบที่คนอื่นเขาทำแค่ไปตากแห้งแล้วเอามาใส่กล่องขายก็เอาไปให้ลูกหลานขายเพราะเขาอยู่ต่างจังหวัดกันหมดแถว ๆ ชลบุรีนะขายดี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...แรกเริ่มเห็นมาแต่เกิดป่าก็เห็นมะม่วงแล้ว ส้มแผ่น มะม่วงกวน มันก็มีแค่นี้ที่เราทำได้ มันเป็นของคนแก่คนแก่เขาทำกินกันมา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...มี ๆ บ้านน้ำมีสวนมะม่วงเป็นมะม่วงส่งออกด้วย จะแปรรูปที่ก็หลังเก็บแล้วหรือไม่ก็ที่เหลือจากตกเกรดก็เอามากวนเก็บไว้ในตู้เย็นบ้าง ตากแดดใส่กล่องขายบ้างแต่ของป่าไม่ใส่สารกันบูดนะทำแบบธรรมชาติที่ทำกันมาเอง แม่เป็นคนสอนทำ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...แรกเริ่มก็ทำแต่มะม่วงกวนกัน แล้วก็ทางมหาวิทยาลัยนเรศวรเข้ามาสอนก็เลย ต่อยอดไปเรื่อย ๆ สำหรับพวกแช่ส้มคนก่อน ๆ เขาก็ทำมาจะทำตามแบบของเขาไม่ เหมือนกัน ทำแบบไว้กิน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

2.2 สารคนในชุมชนตำบลพันชาติ คนในชุมชนในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนใน ชุมชนตำบลพันชาติ จะมีอาชีพหลัก คือ การทำเกษตรกรรมเกี่ยวกับการทำสวนมะม่วงเป็นส่วน ใหญ่ ซึ่งข่าวสารที่จะได้รับจากผู้ในชุมชนจะเป็นเรื่องของการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรม ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ก่อนจะเข้าโครงการป้ายังคุยกันอยู่เลยว่าเราไม่จะทำแปรรูปไปขายบ้าง อยาง บ้านอื่น ๆ เขา เพราะเราก็ทำได้แบบที่คนอื่นเขาทำแค่ไปตากแห้งแล้วเอามาใส่กล่อง ขายก็ เอาไปให้ลูกหลานขายเพราะเขาอยู่ต่างจังหวัดกันหมดแถว ๆ ชลบุรีนะขายดี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...มี ๆ บ้านน้ำมีสวนมะม่วงเป็นมะม่วงส่งออกด้วย จะแปรรูปที่ก็หลังเก็บแล้ว หรือไม่กี่ที่เหลือจากตกเกรดก็เอามากวนเก็บไว้ในตู้เย็นบ้าง ตากแดดใส่กล่องขายบ้าง แต่ของป้าไม่ใส่สารกันบูดนะทำแบบธรรมชาติที่ทำกันมาเอง แม่เป็นคนสอนทำ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...แรกเริ่มก็ทำแต่มะม่วงกวนกัน แล้วก็ทางมหาวิทยาลัยนเรศวรเข้ามาสอนก็เลย ต่อยอดไปเรื่อย ๆ สำหรับพวกแช่ส้มคนก่อน ๆ เขาก็ทำมาจะทำตามแบบของเขาไม่ เหมือนกัน ทำแบบไว้กิน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

3. สารของผู้ส่งสารภายนอกชุมชน

สารหรือข่าวสารของผู้ส่งสารภายนอก เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารภายนอกกับคน ในชุมชนตำบลพันชาติ เป็นการประสานงานกับองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติและผู้ใหญ่บ้าน โดยเป็นการขอความร่วมมือในการเชิญวิทยากรเข้ามาอบรมโครงการทำการผลิตภัณฑ์มะม่วง แปรรูปของชุมชนจากมหาวิทยาลัยนเรศวรและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

เป็นรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง และช่องทางการสื่อสารแบบไขว้

3.1 สารด้านการแปรรูปมะม่วงจากมหาวิทยาลัยนเรศวร ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ขอความร่วมมือไปยังมหาวิทยาลัยนเรศวรเพื่อจัดสรรวิทยากรเข้ามาจัดอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้กับคนในชุมชน อีกทั้งทางมหาวิทยาลัยนเรศวรมีโครงการพัฒนาชุมชนต่าง ๆ เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของทางมหาวิทยาลัยจึงได้ร่วมมือกับทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในชุมชน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...โครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยนเรศวรส่วนหนึ่ง และทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีอีกส่วนหนึ่ง เขามาผสมกัน แต่ทางมหาวิทยาลัยนเรศวรเขาก็จะมีบขเขามาสับสนุน บางโครงการ องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีเราก็เป็นคนสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 18, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2562)

...ในช่วงแรก ๆ ชาวตำบลพันชาลีเขาก็จะทำมะม่วงกันนะเป็นการทำมะม่วงเพื่อการส่งออก แต่ที่นี้มะม่วงที่เขาเหลือจากการส่งออกมันตกเกรดเยอะ ทางพวกชาวบ้านเขาก็ไม่ได้เอาไปทำอะไรเพียงแต่เมื่อก่อนเขาก็จะเอาไปทำแค่มะม่วงส้มลิ้มแค่นั้นนะไม่ค่อยมีการแปรรูปเป็นอย่างอื่น และพี่ก็เลยลองมาคิดว่าถ้าเกิดนอกเหนือจากส้มลิ้ม ส้มแผ่นเนี่ย เราสามารถจะทำอะไรได้อีกทาง ออบต. ก็เลยขอความร่วมมือไปทางมหาวิทยาลัยนเรศวรก็ประกออบกับทางมหาวิทยาลัยนเรศวรจะมีพวกกองงานที่มีความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านชุมชนพอดี ทาง ออบต. ก็เลยเข้าไปประสานงานก็เลยได้ทำงานร่วมกับทางมหาวิทยาลัยนเรศวร

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...อาจารย์ทาง ม.นเรศวร เขามาสอนแต่ก็ทำคนละอย่างกัน อย่างเขามาเขาก็มีสูตรของเขา อย่างเราทำก็ทำแบบเชื่อมน้ำเชื่อมแล้วเอาไปแช่อย่างนั้น แบบเอาน้ำเค็มออก แต่ถ้าอาจารย์เขามา ก็คือ มันต้องทำเป็นขั้นตอนของเขาเขามาทำไม่เหมือนกัน แต่ของอาจารย์มันพอดีเพราะมันจะอยู่ได้นานกว่าและมันก็จะกรอบด้วย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...อาจารย์เขาก็สอนดีเป็นกันเองมาก สอนแล้วเข้าใจสอนเยอะ สอนทำซอส แยม มะม่วง ทำท็อปปิ้งแต่ท็อปปิ้งนี้ไม่สำเร็จเพราะมันแซะเราต้องเอากระดาษมาห่อ แต่สำหรับ แยมมะม่วงหาวคือเราก็เอามาทำเองเอาสูตรของอาจารย์มาดัดแปลงเป็นของเรา คือ เราก็ มันมีเยอะซาวก็ทำกันเยอะ เราก็เลยลองเอามาทำดู

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ก็มีอาจารย์จินตนา ที่มาจากโครงการของม. นเรศวร ที่มาสอนทำหลายอย่าง เลย ก็มีไอศกรีมมะม่วง ซอสมะม่วง แยมมะม่วง ท็อปปิ้งมะม่วง แต่ไอศกรีมกับซอสไปแข่งที่ ม.นเรศวรและได้รางวัลมาเป็นรางวัลชมเชย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

3.2 สารการแปรรูปและด้านบรรจุภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกชุมชน ได้แก่ วิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปและด้านบรรจุภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา เข้ามาอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชนตำบลพันชาลี ซึ่งการนำวิทยากร บุคคลภายนอกเข้ามาให้ความรู้มาสอนแก่คนในการพัฒนาชุมชน โดยเป็นสื่อบุคคล มีบทบาท หน้าที่ในการส่งเสริม ให้ความรู้ การต่อยอดในเรื่องของการแปรรูปมะม่วง เป็นลักษณะในการ สื่อสารแบบสองทาง และเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาสามารถที่จะคุยโต้ตอบ ปรีกษาหารือ กันได้ ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...เราได้ไปขอตู้อบแห้ง เครื่องแช่เย็น และเครื่องศูนย์อากาศจากเกษตร คือจะมี อาจารย์เขาก็จะมาสอนสำเร็จเลย เป็นอาจารย์จากเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เขาอาจจะ มาภายในเดือนนี้และก็อบแห้งอาจารย์จะมาสอนเกี่ยวกับมะม่วงอบแห้ง อาจารย์เขา มาทุกปีเหมือนต่อยอดของเราไปเรื่อย ๆ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...อาจารย์ทั้งสองท่าน ที่เป็นคนติดต่อให้มาสอนในโครงการมะม่วงแปรรูปเอง เพราะหลังจากที่ได้เข้าร่วมโครงการนี้ พี่เจออาจารย์ที่รู้สึกว่าเป็นเรื่อง ๆ นี้มันมีประโยชน์ต่อ กลุ่ม พี่เลยติดต่ออาจารย์ให้มาให้ความรู้ มาสอนกลุ่มนี้ดู

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ถ้ามะม่วงอบแห้งที่มาสอนให้แก่ชาวบ้าน มันเป็นมะม่วงอบแห้งโดยที่ใช้ความหวานต่างจากท้องตลาด 25 เปอร์เซ็นต์และเนื้อสัมผัสที่ใกล้เคียงกับเนื้อธรรมชาติ แล้วก็มีมะม่วงตัวนี้เป็นมะม่วงที่อบแห้งแบบธรรมชาติ คือ อบแห้งยังไงให้เนื้อมันไม่แข็งให้เหมือนผลไม้สด แล้วก็ปริมาณน้ำตาลมันน้อยกว่าท้องตลาด

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2562)

...ด้วยความที่อาจารย์เป็นด้านกราฟฟิกอยู่แล้วทีม.ราชมงคลล้านนา แล้วมีความรู้ในด้านการออกแบบเราก็คิดว่ามันมีประโยชน์ต่อพวกเขา ด้วยความที่เราเห็นกลุ่มนี้นะคะมันเป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจมาก มีความมุ่งมั่นอยากทำใครจะมาสอนความรู้อะไรก็ตาม เขาก็พร้อมยินดีต้อนรับเสมอ เหมือนครั้งที่แล้วเราไปเผยแพร่ตอนที่ลุงสว่างมันเป็นกลุ่มที่ต้องทำอะไรเอง แต่สำหรับกลุ่มแปรรูปนี้เขามีบรรจุภัณฑ์อยู่แล้ว เราก็เข้ามาดูแต่จริง ๆ ทางม.นเรศวรเขาทำสตีกเกอร์มาให้เยอะนะแต่ชาวบ้านไม่ชอบ เพราะมันบ่งบอกแค่ตำบลพันชาลี ไม่บอกถึงหมู่บ้านวังไม้ดอกเลย ทางเราก็เลยต้องแบบใหม่ ออกแบบมาหลายแบบเลยและใช้วิธีโดยให้ชาวบ้านยกมือเอาว่าชอบแบบไหน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร

การสื่อสารในชุมชนตำบลพันชาติ เป็นการสื่อสารที่สำคัญของคนในชุมชนเป็นการแลกเปลี่ยน การติดต่อ การเรียนรู้ หรือการแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ดังนั้น สื่อหรือช่องทางการสื่อสารนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับคนในชุมชนตำบลพันชาติที่ต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ในการติดต่อสื่อสารกันภายในชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

1. สื่อบุคคล

สื่อบุคคล คือ เป็นพื้นฐานดั้งเดิมของมนุษย์และเป็นช่องทางสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคล ในการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารที่มีบุคคลเป็นสื่อ นั้นเกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอีกคนหนึ่งแบบตัวต่อตัว ทั้งโดยการเห็นหน้าค่าตา เช่น การพูดกันต่อหน้า และการไม่เห็นหน้าค่าตา เช่น การคุยโทรศัพท์ การใช้ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นต้น ส่วนอีกลักษณะหนึ่ง เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มย่อยที่ทุกคนสามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้อย่างทั่วถึง เช่น การสัมมนา กลุ่ม การประชุม ระดมความคิดเห็น เป็นต้น

1.1 สื่อบุคคลภายในชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชนในตำบลพันชาติ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ นักวิชาการเกษตร ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ ซึ่งล้วนแต่เป็นผู้ที่รู้จักมักคุ้นกับคนในชุมชนเป็นอย่างดี มีวิถีชีวิตแบบเดียวกับคนในชุมชนและเป็นชุมชนที่มีพื้นที่เป็นเอกลักษณ์ในการทำเกษตรกรรมการปลูกมะม่วง เป็นพื้นที่มีขนาดใหญ่จึงมีผลต่อการบริหารงาน โดยสื่อบุคคลจึงมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรมของคนในชุมชน และเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับนับถือบุคคลทั่วไปในชุมชน ผู้นำความคิดเห็นจึงไม่มีอิทธิพลโดยตำแหน่ง การที่ชาวบ้านเชื่อฟังหรือคล้อยตามเห็นด้วยนั้นเป็นเพราะความชื่นชม ศรัทธาในตัวผู้นำและผลงานที่ผ่านมาของเขา เช่น เป็นผู้นำที่มีความมุ่งมั่นในการพัฒนา มีความซื่อสัตย์ มีวิสัยทัศน์ต่อการทำงานในชุมชน

1.1.1 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือในที่นี้ คือ ระดับความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณส่งสารเป็นที่ไว้วางใจได้ และมีความสามารถ หากผู้รับสารเป้าหมายมีความรู้สึกว่าคุณพัฒนาหรือผู้นำความคิดเห็นมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น

ผู้นำท้องถิ่นในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี จะเห็นว่าในการเลือกตั้งแต่ละครั้ง ลูกบ้านหรือประชาชนในท้องที่ต่าง ๆ สามารถรับข่าวสารจากสื่อมวลชนได้ตลอดเวลาผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน แต่ผลการตัดสินใจขั้นสุดท้ายมักขึ้นอยู่กับอิทธิพล

ของผู้นำทางความคิด ซึ่งเป็นผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่น ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...เวลาประชุมบางคนก็เสนอไปในทางที่ดี แต่ส่วนใหญ่เขาจะบอกว่าผู้ใหญ่ว่ายังไง ฉันทก็ว่าอย่างนั้นส่วนใหญ่นะ อย่างเราจะขอความคิดเห็นเขาอย่างโครงการเนี่ย เราจะถามว่าหมู่บ้านเราจะทำอะไรกันดี ขอให้ช่วยกันเสนอมา บางทีเขาก็จะนั่งเงียบกัน บางครั้งเขาก็จะว่าผู้ใหญ่ว่าอะไรเขาก็ว่าอย่างนั้นเพราะมันดีกับหมู่บ้าน แต่เราก็จะใช้วิธีการยกมือในการถามเรื่อง ๆ หนึ่ง แต่เราก็จะถามนะว่าแต่ละคุ้มมีปัญหาอะไรบ้าง เช่น คุ้มที่ 6 ถนนเป็นลูกรักจะเอาถนนลาดยาง แต่ละคุ้มหัวหน้าเสนอมา เราก็เอาเขาแผนที่ประชุมประจำเดือน อบต.

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...อย่างถ้าผู้ใหญ่ประกาศขอความร่วมมือเราก็จะไป ถ้าสำหรับคนไม่ว่างก็ไม่ไปเราก็ไม่ว่ากัน จะไปกันตลอดไม่เคยไม่ยอมไปขอแค่ผู้ใหญ่ประกาศขอความร่วมมือ อย่างหมู่ที่ 5 กับ หมู่ที่ 16 ขอความร่วมมือจากหมู่เรา เราก็ไปกันละ ไปด้วยกันไม่ได้คิดอะไรเราก็อยากให้หมู่บ้านเราเจริญนะ อยากให้หมู่บ้านเราดีขึ้น

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...นายก เป็นนายกอบต. มาเกือบ ๆ 16 ปีเข้ามาตั้งแต่ 2508 แต่ก็อยู่ที่นี้มาเกือบ 50 ปีแล้ว และที่ทำให้คลองใจคนได้นั้น คือเรารู้ทุกกลุ่มทุกอาชีพที่เขาเข้ามาอยู่ที่หลังเรา ตอนเข้ามาที่แรกยังไม่มีมะม่วงเลย เราจะเขาถึงปัญหาทุกปัญหา โดยไม่ได้มองอีกว่าลูกน้องต้องทำตามคำสั่งเรา แต่เรามองว่าเขาคือพี่น้องที่ช่วยกันทำงาน จนบางทีเวลาไปไหนก็ไม่ได้มองว่าชาวบ้านต้องอยู่ภายใต้คำสั่งเรา แต่มองว่าเขาคือคนที่รับต้องรับผิดชอบดูแลเขา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2562)



ภาพ 19 แสดงวาระการประชุมในตำบลพันชาลี ได้แก่ นายก อบต. พันชาลี ผู้ใหญ่บ้าน และหัวหน้าสมาชิกในตำบลพันชาลี โดยเป็นสื่อบุคคลที่เป็นผู้ชุมชนของตำบลพันชาลี

ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี

1.2 สื่อบุคคลภายนอกชุมชน ได้แก่ วิทยากรผู้มีความรู้ในการแปรรูปมะม่วงจากมหาวิทยาลัยนเรศวรและวิทยาผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปและด้านบรรจุภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา อีกทั้งสื่อบุคคลภายนอกชุมชนมีบทบาทในการสื่อสารภายในชุมชนตำบลพันชาลีโดยเป็นวิทยากรผู้มีความรู้ด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ขอความร่วมมือไปในโครงการการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง ที่เพื่อส่งเสริมเพิ่มความรู้และพัฒนาศักยภาพให้แก่คนในชุมชนตำบลพันชาลี

1.2.1 วิทยากรผู้มีความรู้ในการแปรรูปมะม่วงจากมหาวิทยาลัยนเรศวรได้ประสานงานองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีเพื่อเข้าร่วมโครงการการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะม่วงของชุมชน ตามเป้าประสงค์ของทางมหาวิทยาลัยที่ได้มีโครงการที่จะส่งเสริมชุมชนอยู่แล้วทางมหาวิทยาลัยนเรศวรจึงให้วิทยากรที่มีความรู้ในด้านการแปรรูปมาส่งเสริมการแปรรูปต่าง ๆ ให้แก่คนในชุมชน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...มีเกษตรกรชาติที่เป็นคนติดต่อประสานงานกับทางมหาวิทยาลัยนเรศวรเพื่อขอวิทยากรมาให้ความรู้ในการแปรรูปชาวบ้าน ก่อนที่เขาได้คิดโครงการขึ้นมาและพอได้วิทยากรมาสอนแล้วทางมหาวิทยาลัยก็เชิญเราไปเข้าร่วมประกวดการแปรรูปด้วย และก็ได้อาจารย์มา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...เราขอความร่วมมือไปทาง ม. นเรศวร และก็ประกอบกับทางม.นเรศวรจะมีพวกกองงานที่เขามีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านชุมชนพอดี พี่ก็เลยเข้าไปประสานงานก็เลยได้ทำงานร่วมกับทางม.นเรศวร มันก็เลยเกิดโครงการการแปรรูปผลิตภัณฑ์นี้ขึ้นมา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

1.2.2 วิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ ได้ประสานงานกับองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีเพื่อส่งเสริมให้ความรู้ในด้านการแปรรูปในโครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชน ที่ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อให้คนในชุมชนได้มีความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปมากยิ่งขึ้น สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนตำบลพันชาลี และได้ส่งเสริมในด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการเก็บรักษาและส่งออกขายตามท้องตลาด ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...อาจารย์ทั้งสองท่าน พี่เป็นคนติดต่อให้มาสอนในโครงการมะม่วงแปรรูปเอง เพราะหลังจากที่ได้เข้าร่วมโครงการนี้ พี่เจออาจารย์ที่รู้ดีกว่าเรื่อง ๆ นี้มันมีประโยชน์ต่อกลุ่ม พี่เลยติดต่ออาจารย์ให้มาให้ความรู้ มาสอนกลุ่มนี้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...แรกเริ่มอาจารย์ได้ทำเกี่ยวกับ OTOP อยู่แล้วเป็นออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจของรุ่งสว่าง อยู่ที่บ้านหนองกันยา แล้วพออาจารย์ได้เข้าไปถ่ายทอดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ชุมชนหนึ่ง อาจารย์ก็เลยชวนหมู่บ้านที่สนใจก็มาร่วมเข้าฟังด้วยกัน และก็เชิญเกษตรกรที่อยู่อบต. พันชาลีเข้าไปร่วมด้วย ซึ่งหมู่บ้านนี้ก็หมู่บ้านหนึ่งที่เข้าไปร่วมด้วย และอาจารย์ก็มองว่ากลุ่มนี้มีจุดสำคัญจริง ๆ คือ เรื่องของความสามัคคี อาจารย์เลยเลือกที่จะมาช่วยกลุ่มนี้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...อาจารย์เป็นนักวิจัยเกี่ยวกับการแปรรูปโดยมีงานวิจัยที่เคยทำมา คือ งานวิจัยเกี่ยวกับขิงที่ทำให้กรอบโดยไม่ใช้ความร้อนไม่ผ่านการทอดเพื่อประยุกต์ในการทำผงข้าวญี่ปุ่น และก็จะมีการขยายอดข้าวหอมมะลิเป็นชาขงสำเร็จรูป มีทำมาแล้วประมาณ 30 – 40 เรื่อง และอาจารย์ก็เคยได้รับรางวัลของมหาวิทยาลัย เขาเรียกว่าราชมงคสรเสริญ ด้านงานวิจัย ซึ่งเขาจะดูภาพรวมว่าเรามีงานวิจัยมาแล้วบ้าง และก็เป็นที่นักวิจัยต้นแบบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา อาจารย์เห็นว่าที่นี้ทำมะม่วงก็เลยเอามะม่วงอบแห้งที่มันเป็นมะม่วงอบแห้งเนื้อไม่แข็ง ให้มันเหมือนผลไม้สดมาสอน และก็ที่มีปริมาณน้อยกว่าห้องตลาด

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2562)



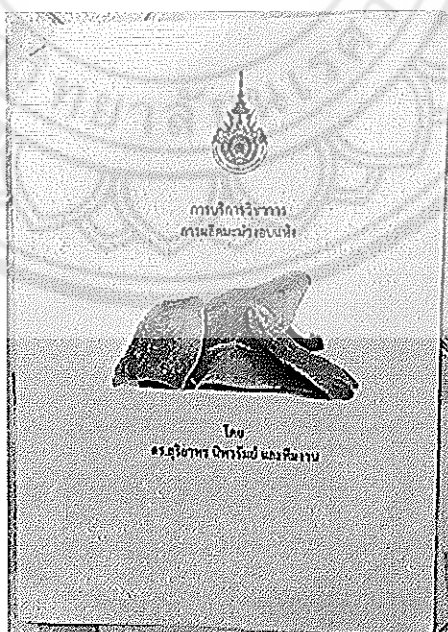
ภาพ 20 แสดงวิทยากรจากมหาวิทยาลัยราชมงคสรเสริญเข้ามาส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้กับชาวบ้านตำบลพันชาติ โดยเป็นสื่อบุคคลภายนอกชุมชน

2. สื่อเฉพาะกิจ

สื่อกิจกรรม คือ เป็นสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีเป้าหมายหลักอยู่ที่รับสารเฉพาะกลุ่ม รูปแบบของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปถิว จดหมายข่าว คู่มือ วีดี ทัศน์ เทป นิทรรศการ เป็นต้น โดยสื่อที่ใช้ในการสื่อสารภายในตำบล พันชาติ ดังนี้



ภาพ 21 แสดงป้ายไวเนลโครงการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง



ภาพ 22 แสดงเอกสารคู่มือประกอบการสอนการทำมะม่วงแปรรูปภายในโครงการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง

2.1 **สื่อกิจกรรม** การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดบวชนแห่ การจัดรดเคลื่อนที่ การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์ และความบันเทิงไปพร้อมกัน ซึ่งภายในตำบลพันชาลีได้มีการจัดกิจกรรมในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

2.1.1 **การประชุมหรือการพบปะกัน** คือ การเปิดโอกาสให้บุคคลในแต่ละฝ่าย ๆ ได้เข้ามาปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยจะจัดขึ้นผ่านทางการประชุมต่าง ๆ คือ การประชุมประจำเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี หมู่บ้าน การจัดอบรมผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป และการจัดกิจกรรมประกวดพืชผลทางเกษตรของชุมชน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1) การประชุมประจำเดือนของสมาชิกในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี

...มีการประชุมของอบต. ค่ะ บางครั้งไม่สามารถกำหนดวันได้ว่าจะประชุมวันไหน เพราะอยู่ที่ว่าช่วงที่ผู้บริหารว่าง พอทางผู้บริหารเขาก็จะเรียกพนักงานเข้าประชุมกัน อย่างน้อยเดือนละครั้งในช่วงเช้าบ้าง บ่ายบ้างก็แล้วแต่เขาจะเรียกประชุมตอนไหน ถ้าบางครั้งเรื่องด่วนทางผู้บริหารก็เรียกประชุมเลยเพื่อถามถึงปัญหานั้นและลงแก้ไขทันที

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...เหมือนถ้ามีโครงการขึ้นมา ทางนายก อบต. เราก็จะเรียกประชุมเพื่อจะเสนอโครงการเข้าข้อบัญญัติและจะได้งบประมาณเลย ประชุมก็ใช้เวลาไปประมาณ 1 ชั่วโมงคุยกันในเรื่องทั่วไปบ้าง ไม่ได้เคร่งเครียดอะไร บางครั้งก็ถามถึงการทำงานในแต่ละฝ่ายในองค์กรเรามีทั้งหมด 4 ฝ่าย ฝ่ายสำนักปลัด กองคลัง กองช่าง และกองศึกษา ในส่วนของโครงการก็จะอยู่ในส่วนของสำนักปลัด และในส่วนของเกษตรจะอยู่ในส่วนของสำนักงานปลัด

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2562)

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะมีประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนาหมู่บ้านโดยจะประชุมกันทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)



ภาพ 23 แสดงการประชุมประจำเดือนของสมาชิกในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ

ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ

2) การประชุมประจำเดือนของหมู่บ้านระหว่างผู้ใหญ่กับชาวบ้าน ในหมู่บ้าน

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะมีประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนาหมู่บ้านโดยที่จะประชุมกันทุกเดือน แต่อย่างหมู่บ้านเราก็จะมีประชุมของหมู่บ้านเป็นประจำเดือนเหมือนกัน ถ้าจะประชุมที่นี้ก็จะประชาสัมพันธ์ผ่านทางหอกระจายข่าว

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ถ้ามีเรื่องด่วนก็จะประชาสัมพันธ์หอกระจายข่าว อย่างสมมติว่าเงินผู้สูงอายุเราก็จะประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าวว่าวันนี้ เวลานี้รับเงินเบี้ยผู้สูงอายุที่ไหนเวลาเท่าไร เราก็จะประชาสัมพันธ์แต่อย่างประชุมประจำเดือนเนี่ย อย่างผู้ใหญ่ไปอำเภอมา ก็จะเรียกลูกบ้านมาประชุมเพื่อที่จะรับซื้ออาหารการต่าง ๆ ที่เราไปประชุมที่อำเภอมาเพื่อให้ชาวบ้านรู้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...ถ้าเราได้ยินเราก็จะโทรบอกลูกค้ด้วย แบบประชุมหมู่บ้านนะ พุธนี้นะ แต่ทุก ๆ วันที่ 2 จะมีการเสียดอมทรัพย์ทุกวันที่ 2 ของเดือน แต่ประชุมประจำเดือนแล้วแต่ผู้ใหญ่ เขาจะว่างประมาณวันที่ 7 – 8 อะไรประมาณนี้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)



ภาพ 24 แสดงการประชุมประจำเดือนระหว่างผู้ใหญ่กับชาวบ้านในหมู่บ้าน

2.1.2 การจัดอบรมโครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปทั้งในเรื่องการแปรรูปมะม่วงและบรรจุภัณฑ์ เป็นการประสานงานกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อขอความร่วมมือจากวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปมะม่วงและด้านบรรจุภัณฑ์ เข้ามาให้ความรู้แก่คนในชุมชนตำบลพันชาติ

...พี่ชาติเป็นคนทำโครงการขึ้นมาและผ่าน ซึ่งเริ่มแรกทำของกลุ่มวิสาหกิจมาก่อน คือมะม่วงกวน มะม่วงแผ่น และพี่ชาติก็เลยต่อยอดมาทำเซอิม ทำแยม ท็อฟฟี่ มะม่วงหาวมะนาวโห่

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...ทางที่เกษตรของ อบต. ก็จะมีคนประสานงานกับผู้ใหญ่สุคนเดียวในการดำเนินงานโครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทั้งในเรื่องของการประสานกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาที่เราจะขอความร่วมมือเขาในเรื่องการส่งเสริมพัฒนาหมู่บ้านเราทั้งในเรื่องของวิทยากรและอุปกรณ์ด้วย แต่หมู่บ้านอื่น ๆ ที่จะต่อยอดแบบนี้ทางเกษตรอบต. ก็จะคิดค้นให้เขาได้ถ้าเขาเสนอมารว่าเขามีปัญหาอะไร

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าว ว่าจะมีอาจารย์นี้เข้ามาทำสอนการแปรรูปใครสนใจก็เข้าร่วมโครงการนี้ เขาก็จะมา แต่ถ้าผู้ใหญ่ประกาศประชุมส่วนใหญ่เขาก็จะมาเหมือนกัน แต่คนจะอยู่ทำไม่ทำคือเขาก็จะแยก แต่คนที่ทำก็จะรุ่น ๆ เนี่ยแหละ ก็อยู่ทำก็หลายคนเหมือนกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ก็จะคุยว่าอย่างวันนั้นวันนี้เกษตรชาติมีโครงการมา เดียววันที่ 20 อบต. จะเอาโครงการแปรรูปมะม่วงมาลงนะ เดียวจะประชาสัมพันธ์อีกรอบหนึ่ง เขามาสอนทำอันนี้ ๆ เราก็จะชี้แจงในที่ประชุม พอถึงวันนั้นหมู่บ้านเราก็จะเปิดหอกระจายข่าวเลย ว่าอบต. เข้ามาอบรมโครงการนี้ ๆ ขอเชิญท่านที่สนใจหรือกลุ่มไหนมาเข้าร่วม

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ผู้ใหญเขาจะเป็นคนดำเนินการต่าง ๆ มากกว่า เช่น หาอุปกรณ์คอยชื่อของมาให้ ทางพวกลูกกลุ่มก็ทำมะม่วงแปรรูปคอยหลังจากผู้ใหญ่ได้แจ้งมาวันนี้ให้ทำอะไรบ้างเอาไปขายวันไหนที่ไหน เขาก็จะบอกเรา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

2.1.3 การจัดประกวดแข่งพันธุ์มะม่วง ข้าวเหนียว และนำเสนอผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในงานประจำปีของหมู่บ้าน เป็นงานประจำปีที่วัดหนองกาตำบลอรุณธรรม จะจัดขึ้นหลังช่วงฤดูเก็บเกี่ยวของมะม่วง โดยเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมให้แก่คนชุมชนภายในงานประกอบไปด้วย การแข่งพันธุ์มะม่วงและข้าวเหนียวของคนในชุมชน ที่จะนำมาแข่งประกวดกันดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...พอเสร็จจากฤดูเก็บเกี่ยวแล้วทางอบต. จะให้ทุนไปแข่งเรือภายในงานประจำปี จุดประสงค์เลยคือต้องการให้เชื่อมความสัมพันธ์ให้กลุ่มเกาะกันอยู่ เพราะเราไม่ได้ส่งเสริมแค่ด้านอาชีพอย่างเดียวเราก็ส่งเสริมด้านกิจกรรมด้วยเพราะในหมู่บ้านมีแหล่งน้ำอยู่เราก็จัดการแข่งเรือทุกหมู่ไปร่วมกัน และภายในงานก็มีการประกวดพืชผลทางการเกษตร ข้าวเหนียวมะม่วง มะม่วงต่าง ๆ มันเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมสนุกกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2562)

...เราก็เอาไปออกงานบ้าง เหมือนทางเกษตรชาติเขาจะมาบอกว่าให้เราไปออกงานประจำปีเอาผลิตภัณฑ์เราไปขายที่งาน หรืออย่างมีงานอำเภอเคลื่อนที่ทางเกษตรชาติก็จะโทรศัพท์มาบอกว่าไปออกงานหน่อยได้ไหมในนามของตำบลพันชาลี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)



ภาพ 25 แสดงป้ายประชาสัมพันธ์งานประจำปีของหมู่บ้านตำบลพันชาลี

ที่มา: Facebook วัดหนองกาตำบลำรุงธรรม

2.2 สื่อกระจายข่าว คือ หอกระจายข่าวซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วประเทศ หอกระจายข่าวเป็นสื่อที่ใช้ชาวบ้านใช้กันเองภายในหมู่บ้าน ในชุมชนหลายแห่ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็เป็นผู้คนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นคนกลุ่มเดียวกันมีวิถีชีวิตคล้ายกันจน

กล่าวได้ว่าเหมือนกันพูดภาษาเดียวกัน พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินชีวิตคล้ายกัน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ผู้ใหญ่ไปประชุมมากก็จะมีหนังสืออย่างเรื่องอื่น ๆ เช่น จิตอาสา ทางผู้ใหญ่ก็จะประชาสัมพันธ์ที่ว่าวันนี้ทาง อบต. ได้ขอความร่วมมือจิตอาสาเข้าร่วมไปพัฒนาเขตตำบล พันชาติ คือเราจะประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายเสียงให้กับ อบต. แบบนี้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะมีประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนา หมู่บ้านโดยที่จะประชุมกันทุกเดือน แต่อย่างหมู่เราก็จะมีประชุมของหมู่บ้านเป็นประชุม ประจำเดือนเหมือนกัน ถ้าจะประชุมที่หนึ่งก็จะประชาสัมพันธ์ผ่านทางหอกระจายข่าว

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ทางผู้ใหญ่เขาจะประกาศเสียงตามสายก็ช่วงเวลาเย็น ๆ รอบหนึ่ง และก็ช่วงเช้า มีอีกรอบหนึ่ง คือเขาจะประกาศสองรอบ เพราะว่า บางที่ช่วงเย็นชาวบ้านยังไม่เข้าบ้าน บางที่ไปสวนไปน่ายังไม่กลับ แต่ตอนเช้าเนี่ย ช่วงตี 5 - ตี 5.30 ก็จะเปิดละ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ก็จะผ่านผู้ใหญ่ เวลาประชุมก็จะฝากผู้ใหญ่ประกาศ เพราะว่าทาง อบต. ไม่มี หอกระจายข่าว อย่างในเรื่องถนน ผู้ใหญ่ก็จะประกาศว่าเราจะได้แค่นี้ ๆ นะ บางที่ถ้ามี ข่าวด่วนมาก็จะมาฝากผู้ใหญ่ประกาศจาก อบต. นะ อย่างมีเรื่องกิจกรรมก็เหมือนกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ถ้ามีเรื่องด่วนก็จะประชาสัมพันธ์หอกระจายข่าว อย่างสมมติว่าเงินผู้สูงอายุเรา ก็จะประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าวว่าวันนี้ เวลาที่รับเงินเบี้ยผู้สูงอายุที่ไหนเวลาเท่าไร เราก็จะประชาสัมพันธ์แต่อย่างประชุมประจำเดือนเนี่ย อย่างผู้ใหญ่ไปอำเภอมา ก็จะเรียก ลูกบ้านมาประชุมเพื่อที่จะรับข้อราชการต่าง ๆ ที่เราไปประชุมที่อำเภอมาเพื่อให้ชาวบ้านรู้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)



ภาพ 26 แสดงหอกระจายข่าวที่ใช้ในการประกาศแจ้งข่าวสารภายในหมู่บ้าน

2.3 สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อสิ่งพิมพ์สามารถนำไปใช้สื่อเพื่อการพัฒนาได้เป็นอย่างดี ควรมีลักษณะที่สำคัญ คือ การตอบสนองวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน โดยจะมีเนื้อหาที่มีความชัดเจน และรูปแบบที่น่าสนใจ ทั้งในเรื่องการจัดวางรูปแบบ สี ตัวอักษร ซึ่งสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

2.3.1 ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จากองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี จะติดตั้งอยู่หน้าองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีและตามจุดสำคัญ ๆ ภายในชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นภายในและภายนอกชุมชนให้คนในชุมชนตำบลพันชาลีได้ทราบกันอย่างทั่วถึง ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...อบต. เขาจะมีป้ายใหญ่อยู่หน้า อบต. เลยเป็นบ้านใหญ่ เวลาทีมงานหรือกิจกรรมอะไรเขาก็จะติดตรงไหนเพราะมันเด่นและเป็นทางเข้าหมู่บ้านด้วย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ป้ายประชาสัมพันธ์ของอบต. นะหรอ ก็จะมีป้ายคัทเอาท์ที่จะอยู่หน้าสำนักงาน อบต. เลยและก็มีบอร์ดน้อย ๆ ที่จะติดอยู่ในที่สำนักงาน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ที่ผู้ใหญ่เห็นนะ ก็ตรงหน้า อบต. เขาจะมีป้ายประกาศใหญ่ ๆ มีงานมีอะไรเขาก็จะติดตรงนั้นแหละ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)



ภาพ 27 แสดงป้ายประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ

2.3.2 สื่อประกอบการเรียนการสอน เป็นสื่อที่ใช้ในการประกอบการเรียนการสอนในเรื่องการแปรรูปมะม่วง โดยวิทยากรจะแจกเอกสารการสอนขั้นตอนการทำมะม่วงแปรรูปก่อนเริ่มทำมะม่วงแปรรูปเพื่อที่ชาวบ้านเข้าใจในการทำแต่ละขั้นตอน และจดข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากได้รับฟังการทำขั้นตอนแต่ละขั้นตอนแล้ว ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...เอกสารอาจารย์ก็จะเอามาแจกด้วย เพราะเราคิดว่าถ้าเราทำ ๆ ไปโดยไม่ขั้นตอนแจกมันไม่รู้เรื่องหรอก บางขั้นตอนมันต้องเสริมต้องอธิบายในแต่ละขั้นตอนตรงไหนไม่เข้าใจจะได้ถามกันได้เลย ไม่อย่างนั้นครูก็มีชาวบ้านก็มันไปด้วย

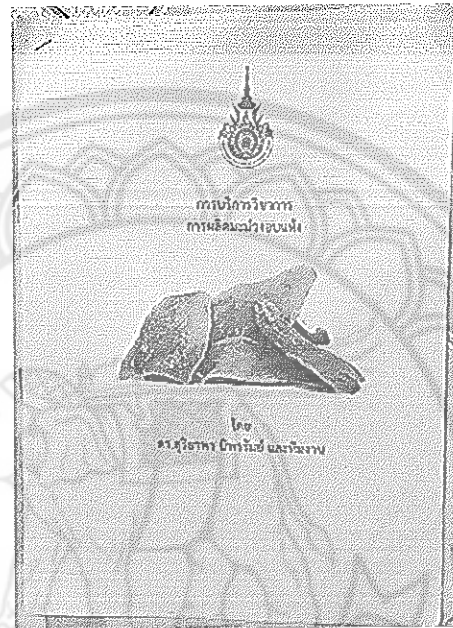
(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2562)

...มี ๆ อาจารย์เข้าก็มีเอกสารแจกก่อนทำ และเขาก็อธิบายขั้นตอนก่อนที่จะให้ลงมือทำ เข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้างแหละ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...อาจารย์เขาก็มีเอกสารมาแจกทั้งเอาอุปกรณ์มาให้ และก็ขั้นตอนการทำแบบนี้ นะดี ดีกว่าบางหน่วยงานที่มาทำ ๆ แล้วก็ไปเลย ชาวบ้านยังไม่เข้าใจเลยแบบนี้ก็เคยเจอ มาแล้ว เลยรู้สึกว่าคุณอาจารย์เขาก็ใส่ใจเรานะ เป็นกันเองไม่สอนแล้วก็ไป

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)



ภาพ 28 แสดงเอกสารประกอบการสอนการทำมะม่วงแปรรูป

3. สื่อใหม่ คือ สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และ ข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบ เทคโนโลยีสัมพันธ์ โดยสื่อกลางที่ใช้เป็นคอมพิวเตอร์ในการผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนบางอย่าง โดยจะ เน้นนวัตกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งคนในชุมชนตำบลพันชาติ และองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ จะมีการใช้สื่อใหม่หรือเทคโนโลยีการสื่อสารมากขึ้น เช่น เว็บไซต์องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ Facebook และ Line ที่จะใช้สื่อสารกับภายในชุมชนและภายนอกชุมชนในการติดต่อสื่อสารกัน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ส่วนใหญ่จะส่งหนังสือไปให้ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก แล้วก็มีเว็บไซต์ของ อบต. ด้วย ก็จะประกาศผ่านเว็บไซต์ของ อบต. และอีกอันก็จะมี Facebook ของอบต. พันชาติลี ส่วนมากก็จ้างรถแห่เป็นครั้งคราวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในเรื่องงานกิจกรรม

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...บางที่เกษตรกรชาติก็จะ Line มาบอกละว่าผู้ใหญ่มีประชุม วันนี้ เวลานั้นนะ หรือไม่ บางที่ก็ Line มาสั่งมะม่วงเรา ว่าเพื่อนเขาสั่งแช่อิ่มเท่านี้ ๆ นะ

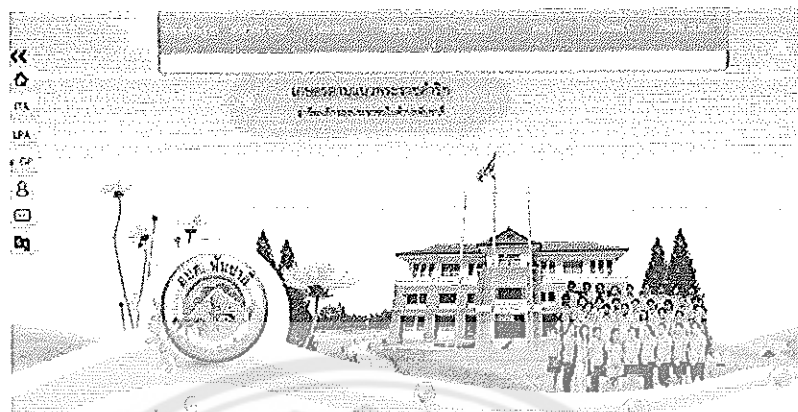
(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...คือบ้ำจะสื่อสารกับผู้ใหญ่ตลอด เราจะคุย Line กันตลอดเพราะบ้ำก็เป็นผู้ช่วย กลุ่มอยู่ จะคอยแจ้งข่าวสาร หรือบางครั้งก็ส่งรูปภายในกลุ่มบ้ำาง

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ทางอบต. ก็จะมี Facebook ของเรา ทางสมาชิกของอบต.ก็จะเอาไว้แจ้งข่าวสาร หรือกิจกรรมที่ได้เกิดขึ้น ซึ่งชาวบ้านหรือคนภายนอกสามารถที่จะเข้ามาดูข่าวสารนั้นได้ หรือไม่ชาวบ้านก็ยังแจ้งปัญหามาได้เพราะทางอบต. ก็ให้ความสำคัญกับทางเทคโนโลยี จะได้ก้าวทันกัน เรามีหน่วยงานที่คอยดูแลด้านนี้อยู่

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

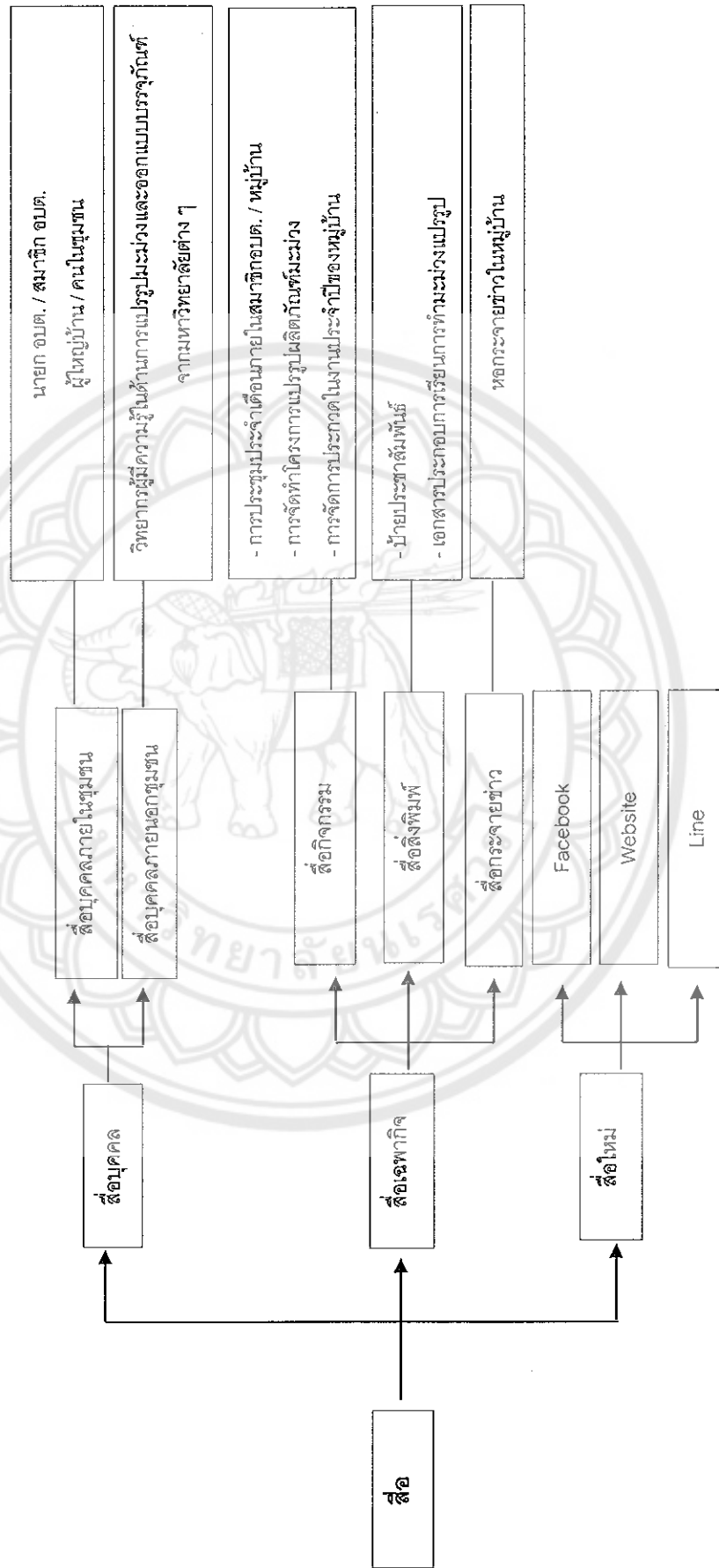


ภาพ 29 แสดงเว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลพญาศรี



ภาพ 30 แสดงเฟรมขององค์การบริหารส่วนตำบลพญาศรี

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ สื่อที่ใช้ในการสื่อสารภายในตำบลพันชาติ สามารถสรุปเป็นภาพจำลองสื่อที่ใช้ในการสื่อสารภายในตำบลพันชาติ ดังนี้



ภาพ 31 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของสื่อในตำบลพันชาติ

ผู้รับสาร

ผู้รับสาร เป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสารและเป็นจุดหมายปลายทางของการสื่อสาร โดยเป็นผู้รับข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งมาให้โดยผ่านทางสื่อหรือช่องทาง ผู้รับสารจึงเป็นผู้ที่ผู้ส่งสารต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจตามที่ผู้ส่งสารประสงค์หรือปรารถนา ซึ่งจากการลงพื้นที่ผู้วิจัย พบว่า คนในชุมชนและผู้นำชุมชนมีความสัมพันธ์กันจึงสามารถเชื่อมโยงเข้ารับการสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ จึงทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ทั้งภายในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ คนในชุมชน และการเรียนรู้จากบุคคลภายนอกชุมชน มีรูปแบบการสื่อสารของผู้รับสาร ดังนี้

1. ผู้รับสารหลัก

1.1 ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป ได้รับข่าวสารจากองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ ที่แจ้งข่าวสารทั่วไปหรือการประชุมวาระต่าง ๆ จะทำหนังสือไปยังผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้าน เพราะว่าพื้นที่ในตำบลพันชาติเป็นพื้นที่กว้างไม่สามารถที่จะกระจายข่าวได้ทั่วถึง จึงทำหนังสือไปยังผู้ใหญ่แต่ละหมู่บ้านเพื่อที่จะให้ผู้ใหญ่นั้นประกาศแจ้งข่าวสารไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาติผ่านหอกระจายข่าวประจำแต่ละหมู่บ้านโดยเป็นการรับข่าวสารกันอย่างทั่วถึงมากกว่า

1.1.1 รูปแบบการรับสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการหรือรูปแบบการรับสารแบบเป็นทางการ คือ การติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์กร โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร ได้แก่ นายกององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ กำนันผู้ใหญ่บ้านตำบลพันชาติ และนักวิชาการเกษตรตำบลพันชาติ ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีบทบาทความเป็นผู้นำของชุมชนในตำบลพันชาติ โดยมีการสื่อสารที่เป็นแบบทางการมีทิศทางการไหลของข่าวสาร ดังนี้

1.1.2 ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว

ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียวหรือทิศทางการรับสารแบบทางเดียว หมายถึง การสื่อสารที่ผู้รับสารไม่สามารถตอบโต้ตอบกับผู้ส่งสารในสื่อกลางเดียวกันได้ โดยผู้ส่งสารหลักจะเป็นฝ่ายส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในชุมชนไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาติมีลักษณะการสื่อสารเป็นเส้นตรง โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หรือบอร์ดประกาศ เป็นต้น โดยคนในชุมชนนั้นไม่สามารถโต้ตอบกลับไปยังผู้ส่งสารหลักได้ ซึ่งลักษณะการสื่อสารนี้เป็นช่องทางสื่อสารแนวตั้ง

1) ช่องทางการสื่อสารแนวดิ่ง

ช่องทางการสื่อสารในแนวดิ่งหรือช่องทางการรับสารในแนวดิ่ง หมายถึง การสื่อสารจากบนลงล่างเป็นการสื่อสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งที่สูงกว่าลงมาตามสายงาน การบังคับบัญชา เป็นการสื่อสารในแบบของการสื่อสารมักจะออกมาในรูปแบบของคำสั่งด้วยวาจา หรือลายลักษณ์อักษร เช่น ผู้นำชุมชนจะประกาศข่าวสาร แจกข่าวสารไปยังคนในชุมชนในเรื่องของการประชุม หรือการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในในชุมชน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวดิ่ง ดังนี้

...อบต. เขาจะประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ใหญ่ เวลาเรื่องที่ประชุมมากก็จะฝากผู้ใหญ่ ประกาศเพราะว่าทาง อบต.เขาไม่มีหอกระจายข่าว อย่างในเรื่องถนนผู้ใหญ่ก็จะประกาศว่าเราได้แค่นี้ ๆ นะ บางที่ถ้ามีข่าวด่วนมากก็จะมาฝากผู้ใหญ่ประกาศจาก อบต. นะ อย่างเรื่องกิจกรรมก็เหมือนกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ทาง อบต. จะเป็นคนประสานงานกับอาจารย์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ที่มาสอนให้เรา และอย่างมีงานทาง อบต. จะเป็นคนประสานกับผู้ใหญ่ ว่าวันนี้ไปออกงานที่อำเภอหนองไผ่ ไหม ช่วยไปออกในนามตำบลพันชาติ ทางเราก็ต้องเตรียม และผู้ใหญ่ก็จะประกาศทางหอกระจายเสียงเพื่อที่หาอาสาสมัครไปช่วยออกงาน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...อบต. จะมีหนังสือมาให้ผู้ใหญ่ไปเข้าร่วมประชุมประชาคมหมู่บ้านทุกเดือน ก็จะมีพนักงานของ อบต. เป็นคนแจกหนังสือตามหมู่บ้านอื่น ๆ อย่างว่า ขอเรียนเชิญให้ผู้ใหญ่บ้านหมู่นี้ ๆ เข้าร่วมการประชุมประชาคม ทางผู้ใหญ่บ้านก็จะไปประชุมกับเขา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...ทางเกษตรของ อบต. ก็จะประสานงานกับผู้ใหญ่ทุกคนเดียวในการดำเนินงานโครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทางเราก็จะประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายเสียงให้เขาต่ออีกที แต่สำหรับหมู่อื่น ๆ ที่ต้องการจะต่อยอดแบบนี้ทางเกษตร อบต. ก็จะคิดค้นให้เขาได้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

1.2 คนในชุมชนตำบลพันชาลี ที่จะได้ยินเสียงประกาศจากผู้ใหญ่บ้านในตำบลพันชาลี จะมีข่าวสาร หรือกิจกรรมที่จะแจ้งไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลีทราบนั้น โดยใช้วิธีการสื่อสารประกาศผ่านหอกระจายข่าวที่ตั้งอยู่ภายในหมู่บ้าน อีกหนึ่งวิธีทางผู้ใหญ่จะใช้วิธีการเดินไปบอกให้คนในชุมชนทราบเกี่ยวกับข่าวสาร หรือกิจกรรมต่าง ๆ

1.2.1 รูปแบบการรับสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการหรือรูปแบบการรับสารแบบเป็นทางการ คือ การติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาลี กำนันผู้ใหญ่บ้านตำบลพันชาลี และนักวิชาการเกษตรตำบลพันชาลี ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีบทบาทความเป็นผู้นำของชุมชนในตำบลพันชาลี โดยมีการสื่อสารที่เป็นแบบทางการมีทิศทางไหลของข่าวสาร ดังนี้

1.2.2 ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว

ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียวหรือทิศทางการรับสารแบบทางเดียว หมายถึง การสื่อสารที่ผู้รับสารไม่สามารถตอบโต้ตอบกับผู้ส่งสารในสื่อกลางเดียวกันได้ โดยผู้ส่งสารหลักจะเป็นฝ่ายส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในชุมชนไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลีมีลักษณะการสื่อสารเป็นเส้นตรง โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หรือบอร์ดประกาศ เป็นต้น โดยคนในชุมชนนั้นไม่สามารถโต้ตอบกลับไปยังผู้ส่งสารหลักได้ ซึ่งลักษณะการสื่อสารนี้เป็นช่องทางสื่อสารแนวตั้ง

1) ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

ช่องทางการสื่อสารในแนวตั้งหรือช่องทางการรับสารในแนวตั้ง หมายถึง การสื่อสารจากบนลงล่างเป็นการสื่อสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งที่สูงกว่าลงมาตามสายงานการบังคับบัญชา เป็นการสื่อสารในแบบของการสื่อสารมักจะออกมาในรูปแบบของคำสั่งด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษร เช่น ผู้นำชุมชนจะประกาศข่าวสาร แจ้งข่าวไปยังคนในชุมชนในเรื่องของการประชุม หรือการเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ดังนี้

...ผู้ใหญ่ก็จะประชาสัมพันธ์อย่างเดียว แต่ถ้าจะประชุมในวงแคบอย่างกลุ่มวิสาหกิจ ถ้าอย่างประชุม 10 คน บางทีเขาก็จะร้องบอกเอาไว้ว่า ประชุมเวลานี้ ๆ ก็จะร้องบอกเอา แต่ส่วนใหญ่ถ้าประชุมทั้งหมดที่บ้านผู้ใหญ่จะประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายเสียง

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2562)

...อย่างเรื่องมะม่วงแปรรูป ก่อนที่เราจะเริ่มทำผู้ใหญ่จะประชุมกันก่อนว่าวันนี้จะทำแปรรูปตัวไหน มีออเดอร์อะไรบ้าง ผู้ใหญ่เขาก็จะจัดแรงงานให้และทางสมาชิกก็จะรู้หน้าที่ตัวเองว่าใครทำอะไร ไม่วุ่นวายกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...อบต. เขาจะประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ใหญ่ เวลาเรื่องที่ประชุมมากก็จะฝากผู้ใหญ่ประกาศเพราะว่าทาง อบต.เขาไม่มีหอกระจายข่าว อย่างในเรื่องถนนผู้ใหญ่ก็จะประกาศว่าเราได้แค่นี้ ๆ นะ บางทีถ้ามีข่าวด่วนมากก็จะมาฝากผู้ใหญ่ประกาศจาก อบต. นะ อย่างเรื่องกิจกรรมก็เหมือนกัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ถ้าเกิดมีข่าวสารแจ้งหรือเรื่องด่วน ๆ ทางผู้ใหญ่ก็จะมีการแจ้งประกาศตามเสียงตามสาย เช่น พุ่งนี้ประกาศหาอาสาสมัครเข้าร่วมกลุ่มการทำมะม่วงแปรรูป หรือบางครั้งเขาก็จะขี่รถมอเตอร์ไซด์ไปบอกตามบ้านถ้าเรื่องนั้นมันเจาะจงเพราะบ้านก็จะอยู่ติด ๆ กัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

1.3 สมาชิกในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ เข้าร่วมการประชุมประจำเดือนที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติได้จัดประชุมประจำเดือนตามวาระต่าง ๆ กับสมาชิก อบต. และผู้ใหญ่บ้านแต่ละหมู่บ้านทราบถึงปัญหาที่ทางผู้ใหญ่บ้านได้ประชาคมตามแต่ละโครงการและนำเสนอต่อการประชุมประจำเดือนภายในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ

1.3.1 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทางหรือการรับสารแบบสองทาง คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้

ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน ซึ่งทางนายกองค์การสวนตำบลพันชาลีหรือกำนัน ผู้ใหญ่บ้านได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนตำบลพันชาลีได้มีโอกาสซักถามหรือข้อแนะนำผ่านวาระการประชุมต่าง ๆ ที่ได้จัดตั้งขึ้นมา ซึ่งการสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิภรียาได้กลับ โดยมีช่องทางการสื่อสารในแนวตั้ง

1.3.2 ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

ช่องทางการสื่อสารแนวตั้งหรือการรับสารแนวตั้ง คือ การถ่ายทอดข้อมูลจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่า หรือการส่งข้อมูลจากผู้บังคับบัญชาขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชา การบริหารที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์เห็นว่าการสื่อสารแนวตั้งมีบทบาทสำคัญภายในองค์การ และเน้นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งเป็นวิธีการส่งเสริมการทำงาน ส่วนการบริหารที่มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์เห็นความสำคัญของการสื่อสารแนวตั้งเพื่อบูรณาการสมาชิกขององค์การด้วยกันและเพื่อการพัฒนากระบวนการตัดสินใจ ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารแบบแสดงข้อคิดเห็น ข้อเสนอ ข้อเรียกร้อง หรือข้อปรับปรุง โดยเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ดังนี้

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะมีประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนาหมู่บ้านโดยจะประชุมกันทุกเดือนเฉพาะสมาชิกของอบต. ที่เขามีส่วนเกี่ยวข้องจะเรียกมาประชุมหลังจากที่ให้ผู้ใหญ่บ้านไปประชาคมแต่ละหมู่บ้านมาแล้ว

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...อบต. จะมีหนังสือมาให้ผู้ใหญ่ไปเข้าร่วมประชุมประชาคมหมู่บ้านทุกเดือน ก็จะมีพนักงานของ อบต. เป็นคนแจกหนังสือตามหมู่บ้านอื่น ๆ อย่างว่า ขอเรียนเชิญให้ผู้ใหญ่บ้านหมู่บ้านนี้ ๆ เข้าร่วมการประชุมประชาคม ทางผู้ใหญ่บ้านก็จะไปประชุมกับเขา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...ก็คือ เราจับตั้งแต่กลุ่มมะม่วงส่งออก คือ ทาง อบต. เราจะไปวิเคราะห์ทุกปีว่า ประชาชนมีรายได้อย่างไร เราก็มาทำเหมือนประชาคมเพื่อจะใช้งบประมาณเพื่อไปตาม วัตถุประสงค์ คือ ประชาคมความต้องการของชาวบ้าน เพราะหลังจากประชาคมเสร็จแล้ว มาตั้งเป็นโครงการเพื่อหาแนวทางช่วยเหลือ ทางที่ประชุมก็จะเก็บข้อมูลจากมะม่วง ส่งออกทุกเดือนที่เราประชุมและก็ให้เราส่งปัญหาไปที่ อบต. แล้วก็จะมีส่วนของ อบต. ที่อยู่ในหมู่บ้านที่รับผิดชอบอยู่ในนั้น แล้วพอมาร่วมประชุมประจำเดือนที่ อบต. ทางนายกต้องตาม จากสมาชิกที่ว่าปัญหาของกลุ่มเพราะว่า อบต. มีการประชุมทุกเดือน ถึงแม้บางครั้งไม่ได้ อยู่ในวาระก็จะมีการประชุมทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2562)

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนา หมู่บ้านโดยจะประชุมกันทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 16, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...อบต. มีการประชุมกันทุกเดือนเป็นการประชุมแบบทางการ เพราะว่ามีตัวชี้วัด ในเรื่องของการบริหารจัดการ เพราะฉะนั้นทางอบต. ต้องมีการจัดประชุมภายในทุกเดือน ตัวนี้จะเป็นหัวใจสำคัญในเรื่องของการสั่งงานที่ทางนายก อบต. ต้องมีการเรียกประชุมกัน ทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

1.4 ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปและคนในชุมชนตำบลพันชาลี ที่ได้เข้าร่วมการจัดประชุมประจำเดือนในหมู่บ้าน หรือประชุมหลังจากการได้ข่าวสารจาก อบต. และทางอำเภอ เป็นการประชุมระหว่างผู้ใหญ่กับคนในชุมชน เพื่อทราบถึงโครงการต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นและเพื่อให้คนในชุมชนได้มีการแสดงความคิดเห็นด้วย โดยจะใช้วิธีการประกาศผ่านทาง หอกระจายข่าวที่อยู่ตามจุดในหมู่บ้าน

1.4.1 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทางหรือการรับสารแบบสองทาง คือ การสื่อสาร ที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสาร แล้วก็จะส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อ

ข้อใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน ซึ่งทางนายกองค์การส่วนตำบลพินชาติหรือกำนัน ผู้ใหญ่บ้านได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนตำบลพินชาติได้มีโอกาสซักถามหรือข้อเสนอแนะผ่านวาระการประชุมต่าง ๆ ที่ได้จัดตั้งขึ้นมา ซึ่งการสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิภริยาได้กลับ โดยมีช่องทางการสื่อสารในแนวตั้ง

1.4.2 ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

ช่องทางการสื่อสารแนวตั้งหรือการรับสารแนวตั้ง คือ การถ่ายทอดข้อมูลจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่า หรือการส่งข้อมูลจากผู้บังคับบัญชาขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชา การบริหารที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์เห็นว่าการสื่อสารแนวตั้งมีบทบาทสำคัญภายในองค์การ และเน้นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งเป็นวิธีการส่งเสริมการทำงาน ส่วนการบริหารที่มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์เห็นความสำคัญของการสื่อสารแนวตั้งเพื่อบูรณาการสมาชิกขององค์การด้วยกันและเพื่อการพัฒนากระบวนการตัดสินใจ ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารแบบแสดงข้อคิดเห็น ข้อเสนอขอเรียกร้อง หรือข้อปรับปรุง โดยเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ดังนี้

...อย่างผู้ใหญ่ไปประชุมประจำเดือนที่อำเภอมา เราก็จะประชาสัมพันธ์ประกาศให้ชาวบ้านที่อยู่ในหมู่บ้านมาประชุมเพื่อที่จะรับข้อราชการต่าง ๆ ที่เราไปประชุมมาที่อำเภอแจ้งให้ชาวบ้านได้รู้กัน ว่าเขามีโครงการอะไรมาบ้างที่เป็นประโยชน์ต่อหมู่บ้านเรา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

...ผู้ใหญ่ก็จะประชาสัมพันธ์อย่างเดียว แต่ถ้าจะประชุมในวงแคบอย่างกลุ่มวิสาหกิจ ถ้าอย่างประชุม 10 คน บางทีเขาก็จะวิ่งบอกเขาว่า ประชุมเวลานี้ ๆ ก็จะวิ่งบอกเขา แต่ส่วนใหญ่ถ้าประชุมทั้งหมู่บ้านผู้ใหญ่จะประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายเสียง

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2562)

...อย่างเรื่องมะม่วงแปรรูป ก่อนที่เราจะเริ่มทำผู้ใหญ่จะประชุมกันก่อนว่าวันนี้จะทำแปรรูปตัวไหน มีออเดอร์อะไรบ้าง ผู้ใหญ่เขาก็จะจัดแรงงานให้และทางสมาชิกก็จะรู้หน้าที่ตัวเองว่าใครทำอะไร ไม่วุ่นวายกัน

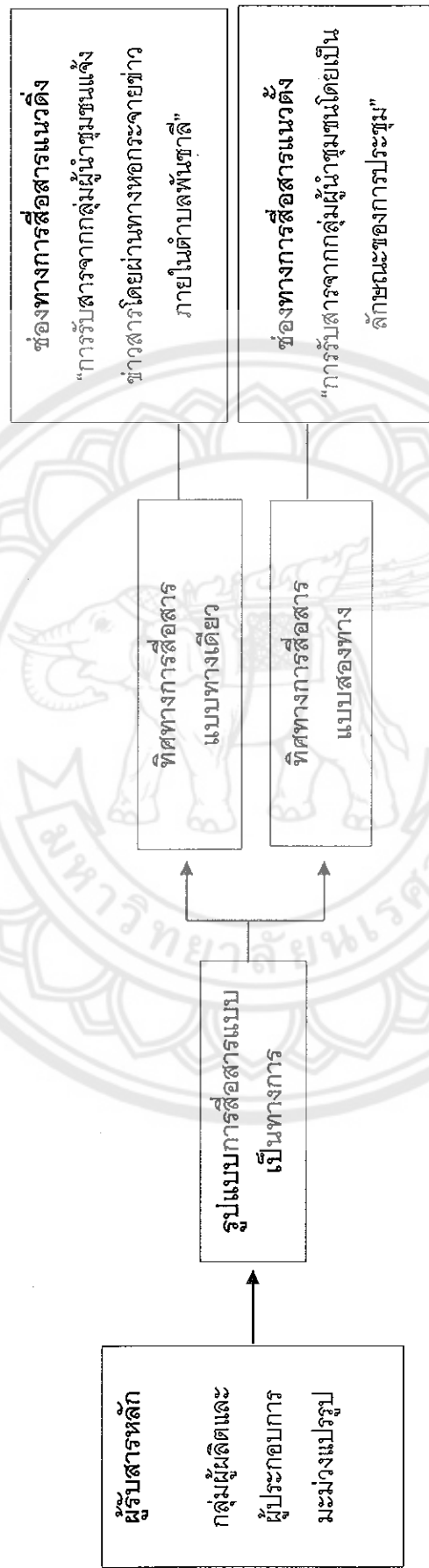
(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...หมู่บ้านเราก็จะมีประชุมของหมู่บ้านเหมือนกันเป็นการประชุมประจำเดือน ถ้าประชุมที่นึ่งทางผู้ใหญ่เขาก็จะประกาศผ่านทางหอกระจายเสียง ในตอนเย็น ๆ ทุกคนก็กลับบ้านกันหมดแล้วเนาะ เราก็จะได้ยินกันทั่วถึง เข้ามาก็จะมาช่วยมกลุ่มประชุมกันที่ อาคารอเนกประสงค์ของหมู่บ้าน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)



จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในรูปแบบในตำบลพันชาติ ผู้รับสารหลักในชุมชนตำบลพันชาติสามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารหลัก ดังนี้



ภาพ 32 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารหลักในตำบลพันชาติ

2. ผู้รับสารรอง

2.1 ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป เป็นกลุ่มที่ได้รับความรู้ในด้านการแปรรูปมะม่วงจากวิทยากรผู้มีความรู้ที่ได้เข้ามาสอนในการแปรรูปมะม่วงในแบบต่าง ๆ โดยเป็นการได้รับความรู้ใหม่ ที่นอกเหนือจากการแปรรูปในรูปแบบเดิม โดยเป็นการสื่อสารระหว่างภายในกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการจึงเป็นลักษณะของการโต้ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

2.1.1 รูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการหรือการรับสารแบบไม่เป็นทางการ หมายถึง เป็นการสื่อสารที่ไม่มีฐานะของการดำรงตำแหน่งมาเป็นกรอบบังคับ กล่าวคือ การใช้วิธีการสื่อสารเชิงสนทนา หรือ หรือมอบหมายงานในลักษณะของการเป็นเพื่อนร่วมงานด้วยความเป็นกันเองมากกว่าที่จะเป็นการสื่อสารแบบผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา โดยมีลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มสังคม ที่มีความสนิทสนม การพบปะพูดคุยสนทนากัน และเป็นการถ่ายทอดการสื่อสารมากกว่าจำนวนหนึ่งคนเป็นต้นไป โดยมีการสื่อสารในลักษณะแบบไม่เป็นทางการมีทิศทางการไหลของข่าวสาร ดังนี้

2.1.2 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทางหรือการรับสารแบบสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ สามารถมีปฏิกิริยาโต้ตอบไปยังผู้รับสารได้ จึงเป็นการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแนวนอน

1) ช่องทางการสื่อสารแนวนอน

ช่องทางการสื่อสารแนวนอนหรือช่องทางการรับสารแนวนอน หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งระดับเดียวกันในองค์การ โดยปกติเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน และมีหน้าที่การทำงานในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารแนวนอนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีบรรยากาศความเป็นมิตรในการประสานงานโดยผ่านการประชุม การพูดแลกเปลี่ยนความรู้ การแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวนอน ดังนี้

...เด็กรุ่นใหม่ก็เข้ามาช่วยทำ แต่จะมาทำในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ วันธรรมดาเขาก็มีเรียนของเขาอะนะ แต่ตอนมาทำเขาก็มาหมดทุกคนเลยนะก็ชวนกันเข้ามามีส่วนร่วมเด็ก ๆ มันก็ดีหัวไวสอนอะไรไปพวกมันก็จำได้ บางทีก็กลับมาสอนป้า ๆ ในบางเรื่องป้าก็ไม่เข้าใจกันซะหมดทุกคนหรือในเรื่องแปรรูปเนี่ย อีกอย่างมันก็มาช่วยทำในเรื่องการขายด้วยนะ อย่างพวกป้า ๆ เขาเองก็ทำไม่เป็นแบบทำเพจการขายของกลุ่มเอง

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ทำมานานแล้วเพราะพื้นที่เรามีแต่มะม่วงหลัก ๆ อะนะะ ทุก ๆ บ้านส่วนใหญ่เขาก็ทำมะม่วงกวนธรรมดาแบบเมื่อก่อนไว้กินเอง ทำเยอะหน่อยก็แบ่งขายบ้าง จนป้าเองมาเห็นผู้ใหญ่มีโครงการนี้ก็เลยเข้ามาช่วยด้วยเพื่อเราจะได้มีรายได้เพิ่ม อะไรที่มีความรู้หรือรายได้เพิ่มป้าก็ว่ามันน่าสนใจ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...การทำมะม่วงแปรรูปที่นี้มันก็เป็นไปตามระบบ ในกลุ่มเราก็แบ่งส่วนกันทำคนนี้อันนั้น คนนี้ทำอันนั้นนะ คือ มีการวางแผนมาแล้ว คนนี้ปลูก คนนี้หั่น คนนี้ล้าง มันจะเป็นไปตามระบบนั้นก็จัดการกันเองเรียบร้อย ก็ช่วย ๆ กันทำสนุกกันไปได้พูดเข้าเล่นกันทุกคนก็อารมณ์ดีมันไม่เบื่อกันเลย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...สนุก คือ ป้าชอบการขาย และป้าก็ค้าขายอยู่แล้วและได้มาช่วยกันทำแล้วมันจะเกิดความสามัคคีกันเกิดขึ้น เหมือนเราได้มาเจอกันทุกวัน บางวันทำเสร็จก็จะมานั่งคุยกันว่าพรุ่งนี้ทำอะไรต่อดี ปรึกษาหารือกัน คือ พวกป้า ๆ จะมาเจอกันที่นี้บ่อยอยู่บ้านแล้วมันเบื่อ พอมีโครงการนี้มันทำให้เราเจอกันมาขึ้นเรื่อย ๆ มันสนุกดี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ก็ทำแปรรูปมานานแล้ว ป้ามาทุกครั้งที่เขาอบรมให้มาให้ความร่วมมือกันทุกคน อีกอย่างผู้ใหญ่เขาก็ประกาศขอความร่วมมือด้วยแหละ อยู่บ้านก็ไม่ได้ทำอะไร ดึกว่าอยู่เฉยป่าว ๆ เผลอเอาไปต่อยอดทำขายเองที่บ้านก็ได้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ไม่มีปัญหาอะไรนะ ทุกคนในกลุ่มก็ช่วยกันทำดีพอบางครั้งคนนั้นเหนื่อยก็จะเปลี่ยนกันทำ คนในกลุ่มก็ไม่ได้เยอะ ถ้าไม่ช่วยกันทำมันก็ไม่เสร็จสนุกเฮฮากันไป เพราะเรามากี่มาด้วยความสมัครใจอยากมารู้ด้วยว่าเขาทำกันยังไง มันไม่เหมือนการทำเดิมยังไง แบบอาจารย์มาสอนมันก็มีอุปกรณ์เยอะหลายชั้นตอน ทุกคนก็ต้องช่วยกันทำกันจำนนันนั้นแหละ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...จริง ๆ คือ เราอยากมีอาชีพ บ้าก็ทำขายเหมือนกันล้มแผ่นเนี่ยนะ แต่เราก็อยากมีตลาดของเราเองนี่คือข้อสำคัญเลยที่เราต้องการ อะไรก็ได้ที่มาสอนที่เราสนใจในหมู่บ้านนี้ แต่ผู้ใหญ่เขาก็พยายามพาเข้ามาเพื่อต้องการให้ลูกบ้านอย่างเรา ๆ มีรายได้ แต่ข้อสำคัญสำคัญที่สุดเลย คือ ตลาด

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

2.2 คนในชุมชนตำบลพันชาลี เป็นคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในตำบลพันชาลีโดยเป็นคนที่มีความคุ้นเคยและรู้จักกันเป็นอย่างดี โดยอาศัยกันแบบเครือญาติเป็นที่เป็นที่นั้งและมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่คล้ายกัน ทั้งในเรื่องการทำเกษตร การทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันภายในชุมชน

2.2.1 รูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการหรือการรับสารแบบไม่เป็นทางการ หมายถึง เป็นการสื่อสารที่ไม่มีฐานะของการดำรงตำแหน่งมาเป็นกรอบบังคับ กล่าวคือ การใช้วิธีการสื่อสารเชิงสนทนา หรือ หรือมอบหมายงานในลักษณะของการเป็นเพื่อนร่วมงานด้วยความเป็นกันเองมากกว่าที่จะเป็นการสื่อสารแบบผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา โดยมีลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มสังคม ที่มีความสนิทสนม การพบปะพูดคุยสนทนากัน และเป็นการถ่ายทอดการสื่อสารมากกว่าจำนวนหนึ่งคนเป็นต้นไป โดยมีการสื่อสารในลักษณะแบบไม่เป็นทางการมีทิศทางการไหลของข่าวสาร ดังนี้

2.2.2 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทางหรือการรับสารแบบสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิด

โอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาลี สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบไปยังผู้รับสารได้ จึงเป็นการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแนวนอน

1) ช่องทางการสื่อสารแนวนอน

ช่องทางการสื่อสารแนวนอนหรือช่องทางการรับสารแนวนอน หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งระดับเดียวกันในองค์การ โดยปกติเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน และมีหน้าที่การงานในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารแนวนอนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีบรรยากาศความเป็นมิตรในการประสานงานโดยผ่านการประชุม การพูดแลกเปลี่ยนความรู้ การแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวนอน ดังนี้

...ป่าทำมานานแล้วเพราะพื้นที่เรามีแต่มะม่วงหลักอะเนาะ ทุกบ้านส่วนใหญ่เขาก็ทำมะม่วงกวน สัมแผ่น แบบธรรมดาไว้กินเองบ้าง พอทำเยอะหน่อยก็ฝากลูกหลานแบ่งไปขายต่างจังหวัดบ้าง จนป่ามาเห็นผู้ใหญ่มีโครงการนี้ขึ้นมาก็เลยเข้ามาช่วยด้วยเพื่อเราจะได้มีรายได้เพิ่มไปทำเองที่บ้านต่อ แต่ก็ทำไม่ค่อยได้หรอกเพราะอุปกรณ์การทำมันไม่มี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...เด็กรุ่นใหม่ก็เข้ามาช่วยทำ แต่จะมาทำในช่วงวันเสาร์- อาทิตย์ วันธรรมดาเขาก็มีเรียนของเขาอะเนาะ แต่ตอนมาทำเขาก็มาหมดทุกคนเลยนะก็ชวนกันเข้ามามีส่วนร่วมเด็ก ๆ มันก็ดีหัวไวสอนอะไรไปพวกมันก็จำได้ บางทีก็กลับมาสอนป่า ๆ ในบางเรื่องป่าก็ไม่เข้าใจกันซะหมดทุกคนหรอกในเรื่องแปรรูปเนี่ย อีกรอย่างมันก็มาช่วยทำในเรื่องการขายด้วยนะ อย่างพวกป่า ๆ เขาเองก็ทำไม่เป็นแบบทำเพจการขายของกลุ่มเอง

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ก่อนจะเข้าโครงการป่ายังคุยกันอยู่เลยว่าเราน่าจะทำแปรรูปไปขายบ้าง อย่างบ้านอื่น ๆ เขา เพราะเราก็ทำได้แบบที่คนอื่นเขาทำแค่ไปตากแห้งแล้วเอามาใส่กล่อง ขายก็เอาไปให้ลูกหลานขายเพราะเขาอยู่ต่างจังหวัดกันหมดแถว ๆ ชลบุรีนะขายดี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...แรกเริ่มเห็นมาแต่เกิดป่าก็เห็นมะม่วงแล้ว สัมแผ่น มะม่วงกวน มันก็มีแค่นี้ที่เราทำได้ มันเป็นของคนเก่าคนแก่เขาทำกินกันมา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...มี ๆ บ้านน้ำมีสวนมะม่วงเป็นมะม่วงส่งออกด้วย จะแปรรูปที่ก็หลังเก็บแล้ว หรือไม่กี่ที่เหลือจากตกเกรดก็เอามากวนเก็บไว้ในตู้เย็นบ้าง ตากแดดใส่กล่องขายบ้างแต่ของป่าไม่ใส่สารกันบูดนะทำแบบธรรมชาติที่ทำกันมาเอง แม่เป็นคนสอนทำ

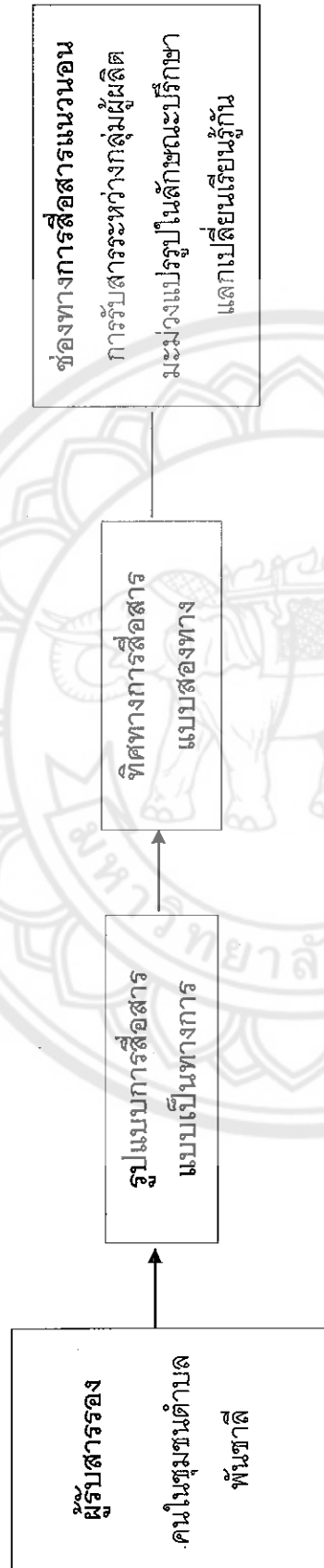
(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...แรกเริ่มก็ทำแต่มะม่วงกวนกัน แล้วก็ทางมหาวิทยาลัยนเรศวรเข้ามาสอนก็เลยต่อยอดไปเรื่อย ๆ สำหรับพวกเซอิมคนก่อน ๆ เขาก็ทำมาจะทำตามแบบของเขาไม่เหมือนกัน ทำแบบไว้กิน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)



จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนช่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ ผู้รับสารของในชุมชนตำบลพันชาติ สามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารของ ดังนี้



ภาพ 33 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารของในตำบลพันชาติ

3. ผู้รับสารภายนอก

3.1 มหาวิทยาลัยนเรศวร ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ประสานงานกับมหาวิทยาลัยนเรศวรเพื่อขอความร่วมมือในการส่งเสริมการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้แก่คนในชุมชน และอีกทั้งทางมหาลัยนเรศวรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาศักยภาพชุมชนที่มีชื่อว่า กองพัฒนาศักยภาพชุมชนและทุนมนุษย์ ที่จะส่งเสริมโครงการต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน หลังจากองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ขอความร่วมมือไปทางมหาวิทยาลัยนเรศวรจึงจัดกิจกรรมอบรมในเชิงปฏิบัติการที่จะเพิ่มมูลค่าการแปรรูปจากมะม่วง โดยมีวิทยากรที่อยู่ในเครือข่ายของมหาวิทยาลัยนเรศวรมาให้ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะม่วงในรูปแบบต่าง ๆ

3.1.1 รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการหรือรูปแบบการรับสารแบบเป็นทางการ หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับ โครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบนหรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งและผู้รับข่าวสาร โดยสารนั้นจะไหลผ่านตามลำดับความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ได้แก่ การสื่อสารทางราชการ การสื่อสารด้วยคำพูด หรือเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ติดต่อประสานงานกับมหาวิทยาลัยนเรศวรในด้านการส่งเสริมการแปรรูปมะม่วงให้แก่คนในชุมชน และประสานงานกับวิทยากรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเป็นผู้ที่มีความรู้ในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์มาเพื่อส่งเสริมศักยภาพและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนตำบลพันชาลีให้ดีขึ้น โดยทางมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นั้นกับองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้มีการสื่อสารโต้ซึ่งกันและกัน ดังนี้

3.1.2 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทางหรือทิศทางการรับสารแบบสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยทางมหาวิทยาลัยนเรศวรได้ส่งเสริมการแปรรูปต่าง ๆ ที่มีวิทยากรมาสอนให้แก่คนในชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นกันเองสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กันได้ตลอด และวิทยากรผู้มีความรู้และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปจากมหาวิทยาลัยราชมงคลล้านนาเป็นบุคคลที่ทำงานกันเป็นทีม

ที่พร้อมมาให้ความรู้แก่ชาวบ้าน และพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้อีกด้วย ซึ่งบุคคลเหล่านี้สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันจึงเป็นการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแนวไขว้

1) ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้

ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้หรือช่องทางการรับสารแนวไขว้ หมายถึง เป็นการสื่อสารแบบข้ามแผนกหรือข้ามระดับที่มีลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน โดยเป็นการสื่อสารจากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดในประเด็นที่เป็นเรื่องสำคัญที่อีกฝ่ายต้องรับรู้หรือจำเป็นต้องหารือร่วมกัน การสื่อสารแนวไขว้นี้เป็นการสื่อสารระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นการติดต่อประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกชุมชนตำบลพันชาลี จึงเป็นช่องทางการสื่อสารในแนวไขว้ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวไขว้ ดังนี้

...ในช่วงแรก ๆ ชาวตำบลพันชาลีเราก็จะทำมะม่วงกันเนาะเป็นการทำมะม่วงเพื่อการส่งออก แต่ที่นี้มะม่วงที่เขาส่งออกมันตกเกรดเยอะ ทางพวกชาวบ้านเขาก็ไม่ได้เอาไปทำอะไรเพียงแต่เมื่อก่อนเขาก็จะเอาไปทำแค่มะม่วงส้มลิ้มแค่นั้นเนาะไม่ค่อยมีการแปรรูปเป็นอย่างอื่น และพี่ก็เลยลองมาคิดว่าถ้าเกิดนอกเหนือจากส้มลิ้ม ส้มแผ่นเนี่ย เราสามารถจะทำอะไรได้อีกทาง ออบต. ก็เลยขอความร่วมมือไปทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ก็ประกออบกับทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์จะมีพวกกองงานที่มีความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านชุมชนพอดี ทาง ออบต. ก็เลยเข้าไปประสานงานก็เลยได้ทำงานร่วมกับทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...โครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ส่วนหนึ่ง และทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีอีกส่วนหนึ่ง เขามาสวมกัน แต่ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์เขาก็จะมีบขเขามาสับสนุน บางโครงการองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีเราก็เป็นคนสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 18, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2562)

...อาจารย์ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ตอนเขามาสอน ก็มาสอนหลายอย่างนะ และก็จะมีไอศกรีมมะม่วงที่ไปแข่งที่มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ก็มีไอศกรีมกับซอสมะม่วงที่ได้รางวัลชมเชยติด 1 ใน 5 แล้วพัฒนาชุมชนก็เอาไปขึ้นของ OTOP ให้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2562)

...ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์เขาก็ส่งเสริมให้เราเยอะนะ โดยเฉพาะทำสตีกเกอร์มาให้และให้เยอะด้วย คือตอนนี้ยังใช้ไม่หมดเลย แต่อย่างว่าชาวบ้านเขาก็ชอบสตีกเกอร์อีกแบบหนึ่งมันก็เลยเหลือเยอะ ทางผู้ใหญ่เขาก็เลยเก็บไว้ก่อน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...อาจารย์มาสอนแล้วมันทำกันคนละอย่างกัน อย่างอาจารย์เขามีสูตรของเขามา อย่างทำเราก็ทำแบบเชื่อมน้ำเชื่อมแล้วก็แช่ไปอย่างนั้น แบบน้ำเค็มออก ถ้าอย่างอาจารย์เขามาก็คือ มันต้องทำแบบเป็นชั้นตอนของเขาเอามาทำแบบมันไม่เหมือนกัน แต่ของอาจารย์มันก็จะดีเพราะมันอยู่ได้นานเพราะมันจะกรอบ มันจะอยู่ได้นาน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

3.2 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี ได้ประสานงานกับวิทยากรผู้มีความรู้จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาทั้งในด้านการแปรรูปและออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้จัดทำโครงการการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปที่เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่มะม่วงแปรรูปในรูปแบบอื่น ๆ และสร้างเสริมความรู้เพิ่มเติมให้แก่ชาวบ้านรวมถึงการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ซึ่งโครงการนี้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ประสานกับผู้ใหญ่บ้านโดยประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายเสียงตามสายเพื่อเป็นการแจ้งข่าวสารของการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปไปยังชาวบ้านที่อยู่ในชุมชน

3.2.1 รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการหรือรูปแบบการรับสารแบบเป็นทางการ หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับ โครงสร้างการบริหารขององค์กร โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบนหรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งและผู้รับข่าวสาร โดยสารนั้นจะไหลผ่านตามลำดับความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ได้แก่ การสื่อสารทางราชการ การสื่อสารด้วยคำพูด หรือเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น องค์กร

บริหารส่วนตำบลพันชาลีได้ติดต่อประสานงานกับมหาวิทยาลัยนเรศวรในด้านการส่งเสริมการแปรรูปมะม่วงให้แก่คนในชุมชน และประสานงานกับวิทยากรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเป็นผู้ที่มีความรู้ในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์มาเพื่อส่งเสริมศักยภาพและคุณชีวิตของคนในชุมชนตำบลพันชาลีให้ดีขึ้น โดยทางมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นั้นกับองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีได้มีการสื่อสารได้ซึ่งกันและกัน ดังนี้

3.2.2 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง

ทิศทางการสื่อสารแบบสองทางหรือทิศทางการรับสารแบบสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้รับสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกันได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยทางมหาวิทยาลัยนเรศวรได้ส่งเสริมการแปรรูปต่าง ๆ ที่มีวิทยากรมาสอนให้แก่คนในชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นกันเองสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กันได้ตลอด และวิทยากรผู้มีความรู้และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปจากมหาวิทยาลัยราชมงคลล้านนาเป็นบุคคลที่ทำงานกันเป็นทีมที่พร้อมมาให้ความรู้แก่ชาวบ้าน และพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้อีกด้วย ซึ่งบุคคลเหล่านี้สามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันจึงเป็นการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารแนวไขว้

1) ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้

ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้หรือช่องทางการรับสารแนวไขว้ หมายถึง เป็นการสื่อสารแบบข้ามแผนกหรือข้ามระดับที่มีลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน โดยเป็นการสื่อสารจากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดในประเด็นที่เป็นเรื่องสำคัญที่อีกฝ่ายต้องรับรู้หรือจำเป็นต้องหารือร่วมกัน การสื่อสารแนวไขว้เป็นการสื่อสารระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นการติดต่อประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกชุมชนตำบลพันชาลี ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยได้ให้ข้อมูลปรากฏแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแนวไขว้ ดังนี้

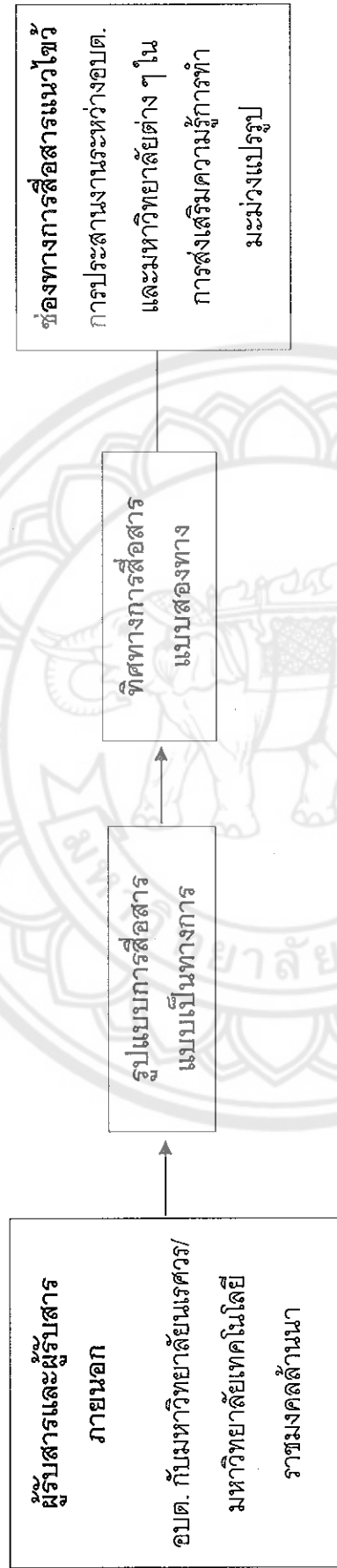
...ทาง อบต. เป็นคนประสานงานมาให้มาอบรมเรื่องการแปรรูปให้กับชาวบ้านหมู่
นี้ และทางตัวครูเองก็สอนอยู่ในหลักสูตรวิทยาศาสตร์และการอาหารอยู่แล้ว พอทาง อบต.
ติดต่อมาครูก็ยินดีที่จะมาให้ความรู้แก่ชาวบ้านที่นี่ แต่ก่อนเข้ามาครูก็ให้นักศึกษาเขาอยู่
แถวนี้มาดูให้ก่อนว่าอุปกรณ์พร้อมไหม เพราะก่อนที่เราจะเริ่มเราก็ต้องดูก่อนว่าเขามี
อะไรบ้างและเขาขาดอะไร เพื่อที่ว่ามาแล้วทำให้มันได้ทีเดียวเลย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2562)

...มีพี่ที่อยู่ อบต. เป็นคนติดต่อให้มาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ที่นี่เขาบอกว่าให้มา
ช่วยทำให้หน่อย ก็พอดีอาจารย์ก็กำลังออกแบบผลิตภัณฑ์ของ OTOP ให้กับอีกตำบลอื่น
อยู่พอดี คือ พี่เขาเห็นก็เลยติดต่อให้อาจารย์มาออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้คน
กลุ่มนี้ แรกเริ่มอาจารย์ก็ได้ทำเกี่ยวกับ OTOP อยู่แล้วเป็นออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของ
กลุ่มวิสาหกิจข้าวที่บ้านหนองกันยา แล้วพอที่นี่ทำแล้วมันมีช่วงหนึ่งที่บรรจุภัณฑ์มา
ถ่ายทอดข้อมูลของการออกแบบอาจารย์ก็เลยบอกว่าหมู่บ้านไหนถ้าสนใจก็สามารถร่วม
รับฟังได้ และก็เชิญพี่อบต. พันชาติเข้าไปด้วย จริง ๆ หมู่บ้านนี้ก็หมู่บ้านหนึ่งที่เข้าไปร่วมด้วย

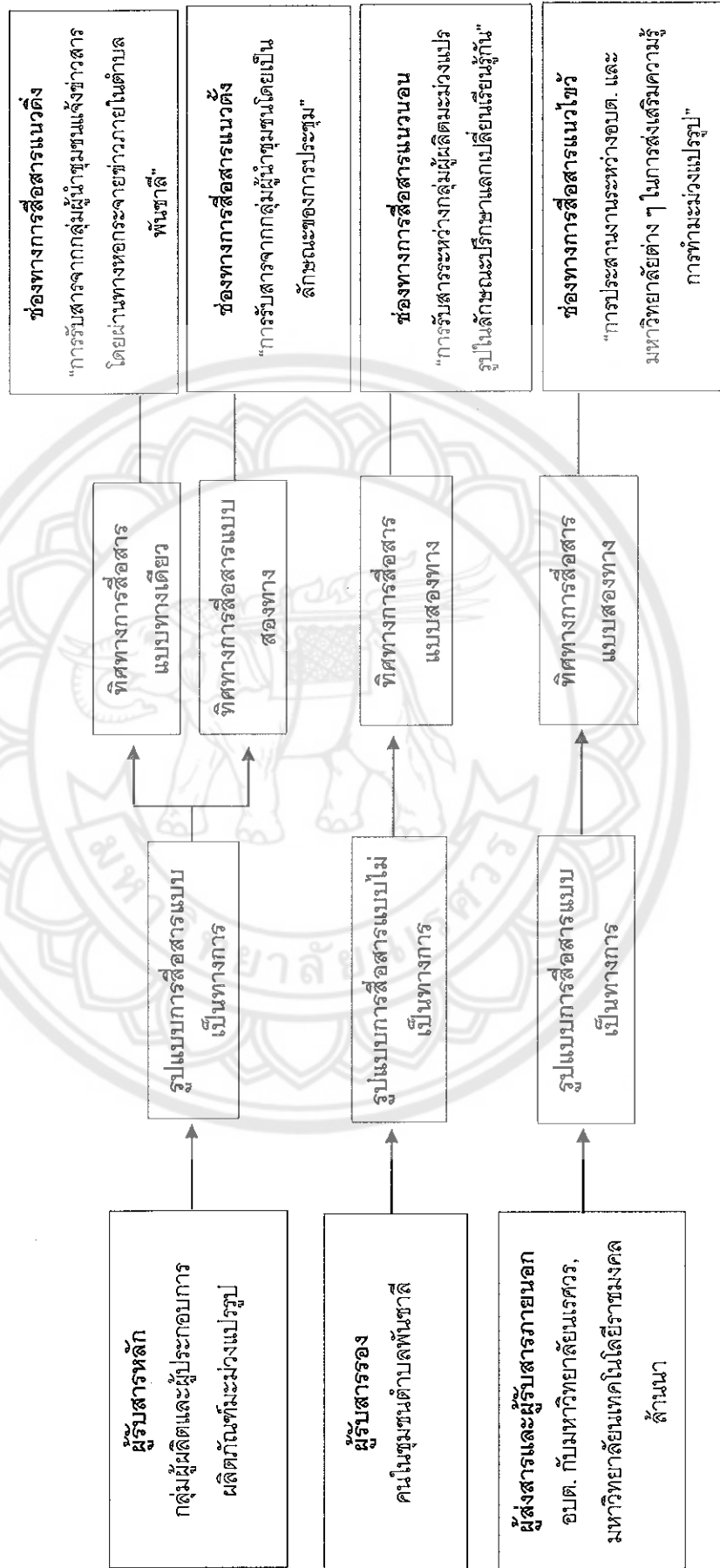
(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทใบตำบัพพันชาลี ผู้ส่งสารและผู้รับสารและผู้ใช้สารภายนอกในชุมชน
ตำบัพพันชาลี สามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารภายนอก ดังนี้



ภาพ 34 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารภายนอกในตำบัพพันชาลี

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในรูปแบบในตำบลพันชาติ จะประกอบไปด้วย ผู้รับสารหลัก ผู้รับสารรอง และผู้ส่งสารและผู้รับสารภายนอกชุมชนตำบลพันชาติ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของผู้รับสาร ดังนี้



ภาพ 35 แสดงแบบจำลองของกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารในตำบลพันชาติ

ผลสะท้อนกลับ

ผลสะท้อนกลับ คือ ปฏิกริยาตอบกลับหรือปฏิกริยาตอบสนองที่เกิดขึ้นในการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารที่มีต่อสารที่ส่งมา โดยเป็นเครื่องบ่งชี้ว่าผู้ส่งสารบรรลุเป้าหมายของการสื่อสารหรือไม่ หากยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ปฏิกริยาตอบกลับเป็นการส่งสารของผู้รับสารกลับไปยังผู้ส่งสารเมื่อได้ตีความหมายของสารที่ตนได้รับมาแล้วปฏิกริยาตอบกลับเป็นปัจจัยสำคัญเพราะการตีความหมายของสารในกระบวนการสื่อสารนั้นมีได้อยู่ที่ตัวสารแต่อยู่ที่การตีความ ซึ่งผู้รับสารสามารถส่งกลับไปด้วยวัจนภาษาหรืออวัจนภาษาได้ การแสดงออกอาจจะเป็นการตอบสนองในทางบวกหรือทางลบ และแสดงออกมาโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยทันที

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารภายในชุมชนตำบลพันชาลี พบว่าผลสะท้อนกลับของคนในชุมชนตำบลพันชาลีที่มีต่อสารหรือข่าวสารจากผู้ส่งสารภายในและภายนอกชุมชนนั้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลสะท้อนด้านสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร

สื่อหรือช่องทางการสื่อสารภายในชุมชนตำบลพันชาลี ทางผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านในชุมชนจะใช้สื่อกระจายข่าวเป็นหลัก นั่นคือ หอกระจายข่าว ที่จะใช้แจ้งข่าวสารต่าง ๆ หรือกิจกรรมที่จะแจ้งไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลีให้ทราบข่าวสารโดยทั่วกัน เพื่อหอกระจายข่าวเป็นสื่อที่สามารถกระจายข่าวสารได้รวดเร็วและทั่วถึง แต่มีอุปสรรคต่อการสื่อสารที่จะเกิดขึ้น ดังนี้

หอกระจายข่าว ระหว่างผู้ใหญ่แจ้งข่าวสารผ่านหอกระจายข่าวไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลี เกิดปัญหาทำให้ผู้รับสารไม่สามารถได้ยินเสียงประกาศได้ชัดเจน เนื่องจากทิศทางของลมนำพาเสียงประกาศของผู้ใหญ่ไปในทิศทางอื่นจึงทำให้คนในชุมชนได้รับข่าวสารไม่ชัดเจน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...หลังจากประกาศเสร็จเสียงโทรศัพท์ก็จะดังมาละ โทรมาถามว่าผู้ใหญ่ประกาศอะไรได้ยินแหว่ ๆ ไม่ถนัด เขาก็จะโทรมาถาม เราก็จะบอกวันนี้ประชุมนะ เขาก็จะเอาไปบอกปากต่อปาก

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...เวลาผู้ใหญ่ประกาศลมมันพาเสียงไปทางอื่น ต้องคอยถามคนเขาได้ยินหรือ
บางทีก็โทรศัพท์ถามผู้ใหญ่เลย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2562)

...ก็รู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหอกระจายข่าวผู้ใหญ่เนี่ยแหละ ส่วนใหญ่ถ้าอยู่
ไกล ๆ บางทีก็ไม่ค่อยได้ยิน ถ้าสมมติเราไม่ได้ยินเราก็จะโทรถามผู้ใหญ่

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

2. ผลสะท้อนด้านผลิตภัณฑ์

ผู้รับสารเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสารและเป็นจุดหมาย
ปลายทางของการสื่อสาร โดยเป็นผู้รับข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งมาให้โดยผ่านทางสื่อหรือช่องทาง ผู้รับ
สารจึงเป็นผู้ที่ผู้ส่งสารต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจตามที่ผู้ส่งสารประสงค์หรือ
ปรารถนา ซึ่งอุปสรรคที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความล้มเหลวในการรับสารและทำให้การสื่อสารเกิด
ความล้มเหลว ได้แก่ ขาดความพร้อมในการรับสาร และขาดความรู้ในการรับสารจากผู้ส่งสาร
โดยอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากผู้รับสารในชุมชนตำบลพันชาติ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป จากวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปมาส่งเสริม
ในการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปต่าง ๆ เช่น แยมมะม่วง ซอสมะม่วง ไอศกรีมมะม่วง ท็อฟฟี่
มะม่วง น้ำมะม่วง และมะม่วงอบแห้ง เกิดความหลากหลายในผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป แต่ทาง
กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปไม่สามารถที่จะจับผลิตภัณฑ์หลัก ๆ ที่จะเป็นตัว
ผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของกลุ่มได้ จึงทำให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการขาดความต่อเนื่องในการทำ
ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป และขาดออเดอริในการส่งผลิตภัณฑ์ ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้
ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ปัญหาที่เจอปัจจุบันเลย ก็คือ มะม่วงแปรรูปที่คิดค้นให้เขามันมีหลายตัว
เหมือนเขายังจับจุดไม่ได้ว่าเขาจะส่งเสริมสินค้าตัวไหน แต่พี่ก็พยายามบอกเขาตลอดว่าให้
จับสินค้า 2 – 3 ตัว ที่มันเด่น ๆ ทำง่ายและสามารถต่อยอดได้ พี่ก็บอกว่าถ้าจับจุดได้ก็จะ
เป็นตัวสำเร็จของกลุ่มเลย

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...เขายังไม่ถึงผลิตภัณฑ์ที่เด่นที่สุดขึ้นมา ทำให้มันจริงจัง คือ เราจะตอบไม่ได้ว่า อันไหนเด่นที่สุด ดีที่สุด คนที่ตอบได้คือ ลูกคำว่าผลิตภัณฑ์ที่มีผลิตภัณฑ์ตัวไหนที่เขาพึงพอใจและอีกกลุ่มที่ตอบได้ คือ สมาชิกที่รู้ว่าทำตัวไหนแล้วได้กำไรมากที่สุด

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2562)

...เขาทำเยอะมากเลยผลิตภัณฑ์ของเขามันมี 10 ตัวอย่างเลย คือเขาก็อยากทำอะเนาะ เขาก็เลยทำ กันหมด กลายเป็นว่าเขาลืมคิดไปว่า เขาควรจะเลือกอย่างเดียว แล้วไปรบแต่เขาดันทำทุกอย่าง มันไม่มีเอกลักษณ์ของชุมชน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

2.2 ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป สมาชิกในโครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชน ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุทั้งในกระบวนการผลิตและจำหน่าย จึงทำให้เกิดปัญหาขึ้นในขณะที่มีวิทยากรมาให้ความรู้ในการแปรรูปทางผู้ผลิตนั้นส่วนใหญ่ไม่สามารถที่จะจดสูตรการทำหรืออ่านขั้นตอนการทำได้ เกิดการละเลยในระหว่างการทำ และระหว่างการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเกิดปัญหาระหว่างการจำหน่ายเพราะผู้จำหน่ายไม่สามารถคิดราคา หรือหยิบสินค้าให้กับลูกค้าได้ทำให้เกิดความล่าช้าในการจำหน่าย และทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีจำนวนไม่เพียงพอ และมีจำนวนน้อยลงเรื่อย ๆ จากการกล่าวมาข้างต้นสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ไม่สามารถเข้าใจการใช้อุปกรณ์การทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปได้ เช่น เครื่องอบแห้ง เครื่องสุญญากาศ ที่ทางวิทยากรได้สอนถึงวิธีการใช้งานของเครื่องแล้ว ซึ่งถ้าเกิดทางสมาชิกต้องการใช้อุปกรณ์ในการผลิตต้องรอให้คนใช้อุปกรณ์เป็นเปิดเครื่องใช้งานให้ ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...เคยเอาไปขายที่ประชุมประจำเดือน เอาไปตั้งขายเลย มันก็ขายได้นะ แต่ปัญหา คือ ไม่มีคนไปนั่งขายให้เรา มีแต่คนแก่เขาก็ไม่รู้หนังสือแล้วที่พอคนมารุมซื้อเยอะ ๆ เขาก็รับไม่ไหว ไม่ทัน อย่างผู้ใหญ่ก็ต้องขึ้นประชุมเหลือคนแก่เขาก็ไม่ทัน อย่างคนรุ่น ๆ เขาก็ไปเรียนหนังสือเหลือแต่คนแก่

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...คนที่ทำก็จะมีรุ่นผู้สูงวัยกัน ก็ทำกันอยู่หลายคน แต่ปัญหาคือ เขาจดสูตรกันไม่เป็น สูตรอาจารย์เขาก็จะบอก อย่างสมมติอาจารย์มีเพิ่มเติมเขาก็ไม่ทันกัน และก็ต้องมีอย่างเราคนหนึ่งจะต้องเขียนสูตรตามอาจารย์ บางที่อาจารย์ก็มาสอนกับหนังสือ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...พวกอุปกรณ์ที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ทางหน่วยงานต่าง ๆ เขาก็เข้ามาส่งเสริมให้ แต่ทางกลุ่มเขาก็ยังไม่ค่อยเข้าใจในการใช้งานต้องรอให้คนทำเป็นมาคอยเปิดให้ บางที่มันก็เสียเวลาไปเพราะคนที่เปิดเขาก็ต้องคอยวิ่งซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ

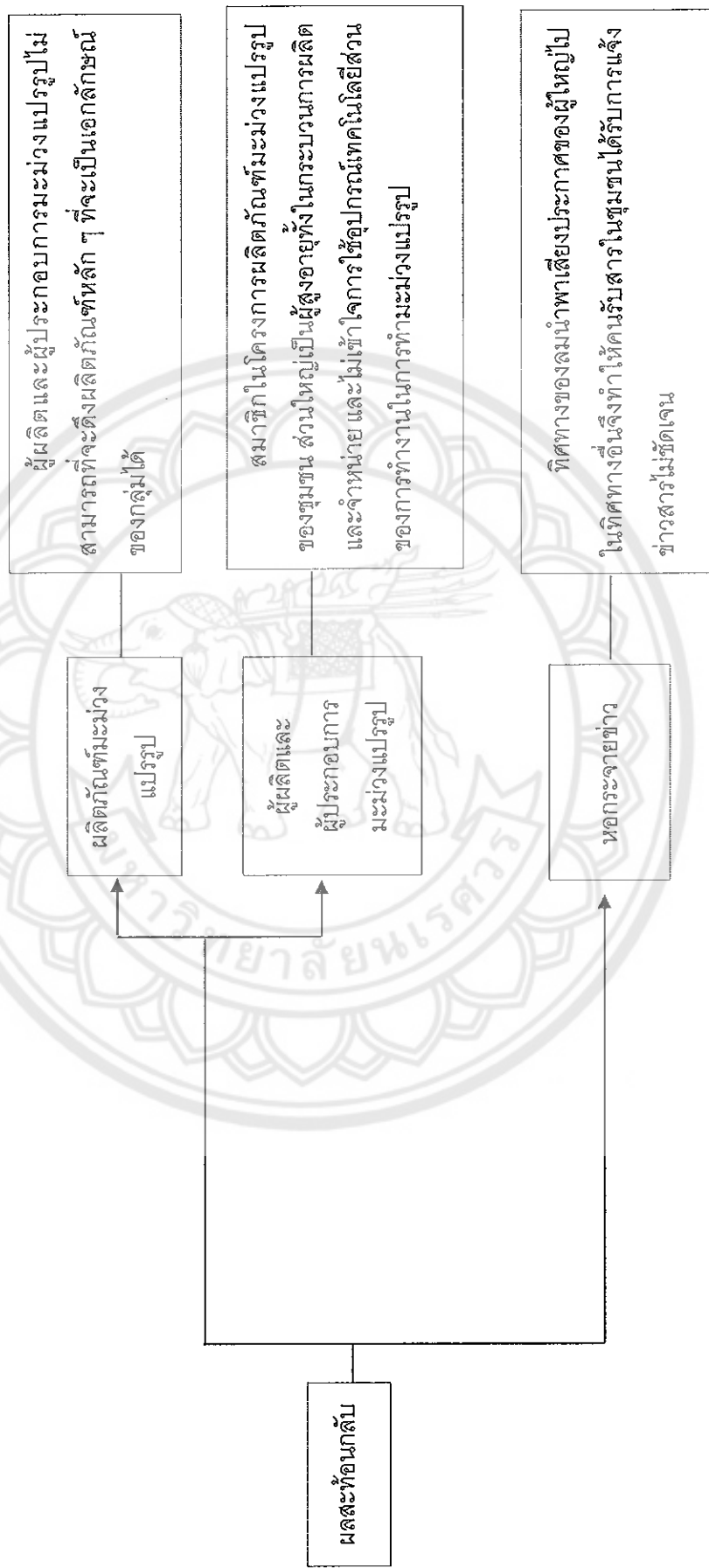
(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...น้อยคนที่จะใช้เป็น เพราะทุกครั้งที่ใช้งานก็จะโทรศัพท์ไปถามทางอาจารย์ว่าเปิดทำยังไง ปัญหามันเยอะระหว่างการใช้งานอุปกรณ์แต่ละที่

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2562)



จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในตำบลพุน้ำดี เป็นในเรื่องของผลกระทบที่เกิดขึ้นในชุมชนตำบลพุน้ำดี ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกระบวนการสื่อสารของสาร ดังนี้



ภาพ 36 แสดงแบบจำลองผลสะท้อนของกระบวนการรับสารภายในชุมชนตำบลพุน้ำดี

ปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปสำเร็จ

จากผลการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลีได้มีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการเริ่มทำผลิตภัณฑ์จนจบกระบวนการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป โดยได้รับการสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่ได้เข้ามาส่งเสริมความรู้ในการแปรรูปมะม่วง ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปให้เกิดประสิทธิภาพได้เมื่อวิเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งมีข้อค้นพบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปสำเร็จ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยความสำเร็จในด้านผู้นำชุมชนในชุมชนตำบลพันชาลี

จากผลการสัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า ผู้ส่งสารหลักหรือผู้นำชุมชนได้ให้การสนับสนุนในการพัฒนาชุมชนเป็นอย่างดี มีการประชุมเพื่อวางแผนที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปและผลักดันให้เกิดการเข้าร่วมในโครงการต่าง ๆ ของชุมชน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ก็คือ เราจับตั้งแต่กลุ่มมะม่วงส่งออก คือ ทาง อบต. เราจะไปวิเคราะห์ทุกปีว่าประชาชนมีรายได้อย่างไร เราก็มาทำเหมือนประชาคมเพื่อจะชี้แจงประมาณเพื่อไปตามวัตถุประสงค์ คือ ประชาคมความต้องการของชาวบ้าน เพราะหลังจากประชาคมเสร็จแล้วมาตั้งเป็นโครงการเพื่อหาแนวทางช่วยเหลือ ทางที่ประชุมก็จะเก็บข้อมูลจากมะม่วงส่งออกทุกเดือนที่เขาประชุมแล้วก็ให้เขาส่งปัญหามาที่ อบต. แล้วก็มีสมาชิกของ อบต. ที่อยู่ในหมู่ที่รับผิดชอบอยู่ในนั้น แล้วพอมารประชุมประจำเดือนที่ อบต. ทางนายกต้องตามจากสมาชิกที่ว่าปัญหาของกลุ่มเพราะว่า อบต. มีการประชุมทุกเดือน ถึงแม้บางครั้งไม่ได้อยู่ในวาระก็จะมีการประชุมทุกเดือน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2562)

...ทาง อบต. จะเป็นคนประสานงานกับอาจารย์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ที่มาสอนให้เรา และอย่างมีงานทาง อบต. จะเป็นคนประสานกับผู้ใหญ่ ว่าวันนี้ไปออกงานที่อำเภอหน่อยได้ไหม ช่วยไปออกในนามตำบลพันชาลี ทางเราก็ต้องเตรียม และผู้ใหญ่อีกจะประกาศทางหอกระจายเสียงเพื่อที่หาอาสาสมัครไปช่วยออกงาน ..."

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

2. ปัจจัยความสำเร็จในด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาติ

จากผลการสัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนตำบลและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในการส่งเสริมความรู้จึงทำให้เกิดผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในรูปแบบต่าง ๆ ของชุมชน ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...แรกเริ่มก็ผู้ใหญ่เป็นคนประกาศชักชวนคนมาจะประกาศทางหอกระจายข่าว คือ ประกาศหาคนสนใจเข้าร่วมกลุ่มมะม่วงแปรรูปที่อบต. จัดทำโครงการให้ ทุกคนในกลุ่มก็มาด้วยความสมัครใจกันแบบใครว่างใครก็มาทำ แต่ทุกคนในกลุ่มก็มากันเยอะนะในช่วงแรก ๆ

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ทางพี่เกษตรของอบต. ก็เป็นคนประสานงานกับผู้ใหญ่สู่คนเดียวในการดำเนินงานโครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทั้งในเรื่องของการประสานกับมหาวิทยาลัยนครพนม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาที่เราจะขอความร่วมมือเขาในเรื่องการส่งเสริมพัฒนาหมู่บ้านเราทั้งในเรื่องของวิทยากรและอุปกรณ์ด้วย แต่หมู่บ้าน ๆ ที่จะต่อยอดแบบนี้ทางเกษตรอบต. ก็จะคิดค้นให้เขาได้ถ้าเขาเสนอมาน่าเขามีปัญหาอะไร

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ถ้ามีข่าวสารจะแจ้งหรือมีออเดอริผู้ใหญ่เข้ามา เช่น มีการจัดเบรกของอบต. ทางผู้ใหญ่ก็จะมีการแจ้งประกาศเสียงตามสาย และบางครั้งเขาก็จะขี่รถมอเตอร์ไซด์ไปแจ้งตามบ้านเพราะบ้านคนที่เขาอยู่ในกลุ่มแปรรูปก็จะอยู่ใกล้ ๆ กัน

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

3. ปัจจัยความสำเร็จในด้านช่องทางการสื่อสารในชุมชนตำบลพันชาติ

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติและผู้ใหญ่บ้านได้มีการจัดประชุมภายในชุมชนเป็นประจำ เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนในการเสนอแนะปัญหาต่าง ๆ และการกระจายข่าวสารแก่คนในชุมชนตลอดเวลา จึงทำให้การสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ถ้า อบต. จัดประชุมก็จะมีประชุมเกี่ยวกับแผนต่าง ๆ ในเรื่องของการพัฒนาหมู่บ้านโดยที่จะประชุมกันทุกเดือน แต่อย่างหมู่บ้านเราก็จะมีประชุมของหมู่บ้านเป็นประจำเดือนเหมือนกัน ถ้าจะประชุมทีหนึ่งก็จะประชาสัมพันธ์ผ่านทางหอกระจายข่าว

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

...ถ้ามีเรื่องด่วนก็จะประชาสัมพันธ์หอกระจายข่าว อย่างสมมติว่าเงินผู้สูงอายุเราก็จะประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าวว่าวันนี้ เวลารับเงินเบี้ยผู้สูงอายุที่ไหนเวลาเท่าไร เราก็จะประชาสัมพันธ์แต่อย่างประชุมประจำเดือนเนี่ย อย่างผู้ใหญ่ไปอำเภอมา ก็จะเรียกลูกบ้านมาประชุมเพื่อที่จะรับข้อราชการต่าง ๆ ที่เราไปประชุมที่อำเภอมาเพื่อให้ชาวบ้านรู้

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2562)

4. ปัจจัยความสำเร็จในด้านผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี

จากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี มีความตั้งใจเป็นอย่างมากที่จะเรียนรู้การแปรรูปมะม่วงและมีส่วนร่วมทุกกระบวนการขั้นตอนของการผลิตมะม่วงแปรรูป ดังตัวอย่างการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

...ก็รู้ข่าวประชาสัมพันธ์จากหอกระจายข่าวของผู้ใหญ่เนี่ยแหละ ส่วนใหญ่ถ้าอยู่ไกล ๆ บางทีก็ไม่ค่อยได้ยิน ถ้าสมมติเราไม่ได้ยินเราก็จะโทรถามผู้ใหญ่ แต่ป่าเป็นหัวหน้า คุ่มบางทีก็จะโทรบอกต่อ ๆ กัน ถ้าเราได้ยินเราก็จะโทรบอกลูกคุ่มด้วย แบบพุงนี้ มีโครงการแปรรูปมะม่วงใครสนใจเข้าร่วมได้ ผู้ใหญ่เข้าประกาศมา

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2562)

...ป่าทำมานานแล้วเพราะพื้นที่เรามีแต่มะม่วงหลักอะเนาะ ทุกบ้านส่วนใหญ่เขาก็ทำมะม่วงกวน ส้มแผ่น แบบธรรมดาไว้กินเองบ้าง พอทำเยอะหน่อยก็ฝากลูกหลานแบ่งไปขายต่างจังหวัดบ้าง จนป่ามาเห็นผู้ใหญ่มีโครงการนี้ขึ้นมากก็เลยเข้ามาช่วยด้วยเพื่อเราจะได้มีรายได้เพิ่มไปทำเองที่บ้านต่อ แต่ก็ทำไม่ค่อยได้หรอกเพราะอุปกรณ์การทำมันไม่มี

(ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มิถุนายน 2562)

อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

จากผลการศึกษาวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป ผู้วิจัยพบว่า อุปสรรคที่มีต่อการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี ที่เกิดขึ้นภายในองค์ประกอบการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ดังนี้

1. อุปสรรคในด้านผู้ส่งสารหรือผู้นำชุมชน อันได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านที่เป็นผู้นำชุมชนในการพัฒนาชุมชนและเป็นผู้นำที่ต้องรู้ข่าวสารก่อนคนในชุมชนทั้งข่าวสารภายในและภายนอกชุมชน แต่ทางผู้นำชุมชนไม่มีความรู้ในการใช้สื่อออนไลน์จึงทำให้ขาดข่าวสารที่มีต่อการพัฒนาชุมชน เช่น การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป การติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกผ่านสื่อออนไลน์

ปัจจุบันทางผู้นำชุมชนได้มีการเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น โดยให้ลูกหลานในชุมชนสอนวิธีการใช้สื่อออนไลน์ รวมไปถึงการทำเพจกลุ่มมะม่วงแปรรูปเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชน และเปิดรับออเดอร์มากขึ้น

2. อุปสรรคอุปสรรคในด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป จากวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปมาส่งเสริมในการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปต่าง ๆ เช่น แยมมะม่วง ซอสมะม่วง ไอศกรีมมะม่วง ท็อฟฟี่มะม่วง น้ำมะม่วง และมะม่วงอบแห้ง เกิดความหลากหลายในผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป แต่ทางกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปไม่สามารถที่จะจับผลิตภัณฑ์หลัก ๆ ที่จะเป็นตัวผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของกลุ่มได้ จึงทำให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการขาดความต่อเนื่องในการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป และขาดออเดอร์ในการส่งผลิตภัณฑ์

3. อุปสรรคอุปสรรคในด้านช่องทางการสื่อสารในชุมชนตำบลพันชาลี ได้แก่ หอกระจายข่าวในชุมชน ระหว่างผู้ใหญ่แจ้งข่าวสารผ่านหอกระจายข่าวไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลี เกิดปัญหาทำให้ผู้รับสารไม่สามารถได้ยินเสียงประกาศได้ชัดเจน เนื่องจากทิศทางของลมนำพาเสียงประกาศของผู้ใหญ่ไปในทิศทางอื่นจึงทำให้คนในชุมชนได้รับข่าวสารไม่ชัดเจน

ในปัจจุบันทางผู้นำชุมชนตำบลพันชาลีได้มีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเวลาการประชาสัมพันธ์เป็น 3 ช่วงเวลา โดยจะทำการประกาศในช่วงเช้าระหว่างเวลา 05.00 น. – 07.00 น. ในช่วงบ่ายระหว่างเวลา 13.00 น. – 14.00 น. และในช่วงเย็นระหว่างเวลา 18.00 น. – 19.00 น.

4. อุปสรรคอุปสรรคในด้านผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี สมาชิกในโครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชน ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุทั้งในกระบวนการผลิตและจำหน่าย จึงทำให้เกิดปัญหาขึ้นในขณะที่มีวิทยากรมาให้ความรู้ในการแปรรูปทางผู้ผลิตนั้นส่วนใหญ่ไม่สามารถที่จะจดสูตรการทำหรืออ่านขั้นตอนการทำได้ เกิดการละเลยในระหว่างการทำ และ

ระหว่างการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเกิดปัญหาระหว่างการจำหน่ายเพราะผู้จำหน่ายไม่สามารถคิดราคา หรือหีบสินค้าให้กับลูกค้าได้ทำให้เกิดความล่าช้าในการจำหน่าย และทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีจำนวนไม่เพียงพอ จากการกล่าวมาข้างต้นสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ไม่สามารถเข้าใจการใช้อุปกรณ์การทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปได้ เช่น เครื่องอบแห้ง เครื่องสุญญากาศ ที่ทางวิทยากรได้สอนถึงวิธีการใช้งานของเครื่องแล้ว ซึ่งถ้าเกิดทางสมาชิกต้องการใช้อุปกรณ์ในการผลิตต้องรอให้คนใช้อุปกรณ์เป็นเปิดเครื่องใช้งานให้

5. อุปสรรคในด้านการยอมรับนวัตกรรมของผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปใหม่ของชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่สูงมาก จากที่กล่าวมาข้างต้นสมาชิกในกลุ่มมะม่วงแปรรูปส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและเป็นผู้รับสารช้า ที่ยังไม่มีความพร้อมในการยอมรับนวัตกรรมหรือการตัดสินใจได้ เพราะฉะนั้นนวัตกรรมที่ได้รับความรู้มานั้นเป็นนวัตกรรมที่ซับซ้อน จึงทำให้ผู้รับสารนั้นมีปัญหาในเรื่องของการยอมรับนวัตกรรม

ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ เหล่านี้ จะส่งผลต่ออุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปยังไม่มีจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และทางผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปยังขาดความรู้ในการกระบวนการผลิตทางด้านเทคโนโลยีในการผลิต และจำนวนสมาชิกในกลุ่มมะม่วงแปรรูปมีจำนวนน้อยลงมีผลต่อการพัฒนานวัตกรรม การผลิตมะม่วงแปรรูป ดังนั้น เพื่อการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปให้ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงนำผลการศึกษาศึกษาสภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรม การผลิตมะม่วงแปรรูป นำไปสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรม การผลิตมะม่วงแปรรูป ในลำดับต่อไป

การศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ศักยภาพปัจจุบันของรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ตามกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร ผลสะท้อนกลับและบริบทการสื่อสารทั้งในด้านปัจจัยความสำเร็จและปัญหาอุปสรรค ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน ทำให้เกิดกระบวนการสื่อสาร มีการถ่ายทอดสารจากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลหนึ่ง คือ ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อหรือช่องทางในการสื่อสาร และการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารสามารถสรุปได้ออกมาเป็นแบบจำลองกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ดังต่อไปนี้

อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

จากผลการศึกษาวิจัยการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป ผู้วิจัยพบข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นต่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาติ ได้แก่ อุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อุปสรรคด้านผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในชุมชน และอุปสรรคด้านการยอมรับนวัตกรรม ที่เกิดขึ้นต่อกระบวนการสื่อสาร ดังนี้

1. **อุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป** ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปใหม่ของชุมชนที่ไม่ได้จัดการข้อมูลข่าวสารให้ดีทั้งในด้านการออกแบบ การสร้างเรื่องราว และมีผลิตภัณฑ์หลากหลายมากเกินไปไม่สามารถเลือกผลิตภัณฑ์เด่น ๆ ของกลุ่มได้ จึงนำไปสู่ขาดการสื่อสารการสร้างอัตลักษณ์สินค้า

2. **อุปสรรคด้านผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป** สมาชิกในกลุ่มมะม่วงแปรรูปหรือผู้รับสารหลักส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ จึงส่งผลก่อให้เกิดการรับสารซ้ำไม่สามารถเรียนรู้หรือปฏิบัติงานได้ตามที่วิทยากรมอบหมายงาน จึงมองเห็นว่ากลุ่มไม่มีความหลากหลายของวัยที่ปฏิบัติงานร่วมกัน

3. **อุปสรรคด้านการยอมรับนวัตกรรม** ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปใหม่ของชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่สูงมาก จากที่กล่าวมาข้างต้นสมาชิกในกลุ่มมะม่วงแปรรูปส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและเป็นผู้รับสารซ้ำที่ยังไม่มีความพร้อมในการยอมรับนวัตกรรมหรือการตัดสินใจได้ เพราะว่านวัตกรรมที่ได้รับความรู้มานั้นเป็นนวัตกรรมที่ซับซ้อน จึงทำให้ผู้รับสารนั้นมีปัญหาในเรื่องของการยอมรับนวัตกรรม

อุปสรรคทั้ง 3 ข้อนี้เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในตำบลพันชาติ โดยเฉพาะในด้านการยอมรับนวัตกรรมที่ผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปเป็นผู้รับสารซ้ำไม่สามารถที่จะรับสารได้อย่างเข้าใจและไม่สามารถที่จะจัดการกับข้อมูลข่าวสารได้ จึงอาจนำไปสู่การปฏิเสธนวัตกรรม ดังนั้น เพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปให้ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมมะม่วงแปรรูปนี้ไปสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

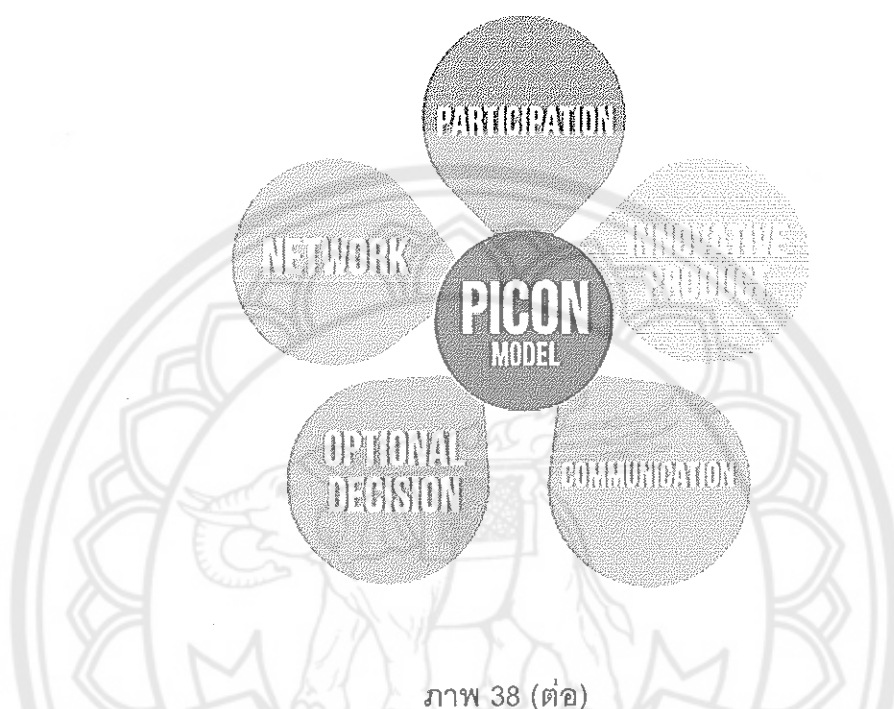
การสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

จากผลการศึกษาสภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป ปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปและอุปสรรคต่อการสื่อสาร ผู้วิจัยนำผลมาสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป ดังนี้



ภาพ 38 แสดงโมเดล PICON การสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป
อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

PICON MODEL คือ เป็นโมเดลที่ใช้ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาอุปสรรคของการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป เป็นปัจจัยหรือสูตรสำเร็จของการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้



ภาพ 38 (ต่อ)

ผู้วิจัยมีคำอธิบายเพิ่มเติม ดังนี้

P: Participation คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปทำงานร่วมกัน แสดงให้เห็นถึงความต้องการเข้าร่วมและความสนใจร่วมกันพร้อมเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มมีสิทธิในกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ทั้งในด้านรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ การร่วมตัดสินใจทั้งในขั้นตอนการเริ่ม การจัดทำแผนในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาอุปสรรคของการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

I: Innovative Product คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปที่มีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้มาในรูปแบบใหม่ที่เกิดจากกระบวนการต่าง ๆ ในด้านการผลิตและด้านการจัดการของตัวผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของสินค้าชุมชน

C: Communication คือ การใช้การสื่อสารที่หลากหลายครอบคลุมต่อการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปทั้งรูปแบบการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสาร

รวมไปถึงสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนและเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในแต่ละขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนา

O: Optional Decision คือ คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการออกแบบ แสดงความต้องการและกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์และขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป เป็นการตัดสินใจของตัวบุคคลหรือกลุ่มภายในชุมชนที่แสดงถึงความต้องการแสวงหาความรู้ในการแปรรูปมะม่วงเพื่อประโยชน์ที่ได้รับนำไปต่อยอดต่อการพัฒนา

N: Network คือ การสร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เอกชน บุคลากรทางการศึกษา และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป รวมไปถึงวัยรุ่นหรือเยาวชนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป



บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก และเพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีเครื่องมือในการใช้วิจัย คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – Depth Interview) และการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ด้านมะม่วงแปรรูป และกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป โดยบทที่ 5 เป็นการสรุปผลวิจัยอภิปรายตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

สภาพปัจจุบันของการสื่อสารภายในชุมชนตำบลพันชาติ ได้มีองค์ประกอบการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน โดยมีผู้ส่งสารหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน สาร ได้แก่ กิจกรรม ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมไปถึงโครงการต่าง ๆ ภายในชุมชน สื่อ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเทคโนโลยี สื่อเฉพาะกิจ สื่อกระจายข่าว ผู้รับสาร ได้แก่ คนในชุมชนตำบลพันชาติ และยังมีหน่วยงานบุคคลภายนอกที่ได้เข้ามาส่งเสริมให้ความรู้การทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปและมีบทบาทในกระบวนการสื่อสารในตำบลพันชาติ ซึ่งรายละเอียดจากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารของผู้ส่งสารในชุมชนตำบลพันชาติ ประกอบไปด้วย ผู้ส่งสารหลัก ผู้ส่งสารรอง และผู้ส่งสารภายนอกชุมชน สามารถแบ่งเป็นรูปแบบการสื่อสาร 2 แบบ ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารแบบทางการ และรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีทิศทางการสื่อสาร 2 ทิศทาง ได้แก่ ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว และทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง และมีช่องทางการสื่อสาร 4 แบบ ได้แก่ ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง ช่อง

ทางการสื่อสารแวนอน และช่องทางการสื่อสารแนวไขว้ ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร

1.1 ผู้ส่งสารหลัก ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาติ นักวิชาการเกษตรตำบลพันชาติ และผู้ใหญ่บ้าน โดยมีรูปแบบการสื่อสารแบบทางการ มีทิศทางการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ทิศทาง ได้แก่ ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว และทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง และใช้ช่องทางการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง และช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง

1.2 ผู้ส่งสารรอง ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป และคนในชุมชนตำบลพันชาติ โดยมีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง และใช้ช่องทางการสื่อสารแวนอน

1.3 ผู้ส่งสารภายนอกชุมชน ได้แก่ วิทยากรผู้มีความรู้จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ คือ มหาวิทยาลัยนเรศวร และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยมีรูปแบบการสื่อสารแบบทางการ มีทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง และใช้ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้

โดยผู้ส่งสารทั้ง 3 กลุ่ม มีบทบาทหน้าที่ที่คล้ายกัน โดยมีบทบาทที่หน้าคือพัฒนาการเกษตรและสนับสนุนความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ไปทิศทางที่ดีขึ้น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชนที่ทั้ง 3 กลุ่มได้มีบทบาทหน้าที่ในการมีส่วนร่วมและประสานงานร่วมกันเพื่อนำมาสู่ผลิตใหม่ ๆ ของชุมชน

2. สาร

การสื่อสารภายในชุมชนตำบลพันชาติ สารหรือข่าวสารนั้นที่ใช้ในการสื่อสารในชุมชนตำบลพันชาติ ผู้ส่งสารหลัก ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาติ นักวิชาการเกษตรตำบลพันชาติ และผู้ใหญ่บ้าน จะเป็นผู้ส่งสารข่าวสารต่าง ๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและมีประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน และอีกทั้งคนในชุมชนตำบลพันชาติสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ซึ่งสารหรือข่าวสารของชุมชนตำบลพันชาตินั้น จะเป็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ และข่าวสารทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชนตำบลพันชาติ ซึ่งสารของคนในชุมชน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 สารจากผู้ส่งสารหลัก ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาติ นักวิชาการเกษตรตำบลพันชาติ และผู้ใหญ่บ้าน เป็นสารที่เกี่ยวข้องตามหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติที่เป็นเรือของการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

2.1.1 ข่าวสารเกี่ยวกับการประชาคมขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ

2.1.2 ข่าวสารเกี่ยวกับงานประจำปีของหมู่บ้าน

2.1.3 ข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

2.2 สารจากผู้ส่งสารรอง ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป และคนในชุมชนที่ได้เข้าร่วมโครงการการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติได้จัดทำโครงการขึ้นมา เพื่อที่คนในชุมชนต้องการหาความรู้เพิ่มเติมจากการแปรรูปของมะม่วงที่เป็นผลผลิตหลักของชุมชนที่การเพาะปลูกมะม่วงเป็นส่วนใหญ่ โดยได้ความรู้จากวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทำมะม่วงอบแห้ง ไร่น้ำตาล การทำแช่อิ่มไม่ผสมสาร เป็นต้น ซึ่งคนในชุมชนสามารถนำไปต่อยอดต่อการทำธุรกิจที่บ้านเองได้เป็นการสร้างรายได้ให้ตนเองและชุมชน อีกทั้งยังนำความรู้ไปเผยแพร่แก่ลูกหลานที่อยู่ตามบ้านเป็นการต่อยอดของการทำมะม่วงแปรรูป ซึ่งสารส่วนใหญ่จะเป็นข่าวสารที่จะได้รับจากผู้มาชุมชนจะเป็นเรื่องของ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

2.3 สารจากผู้ส่งสารภายนอกชุมชน ได้แก่ วิทยากรผู้มีความรู้จากมหาวิทยาลัยนเรศวรและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารภายนอกกับคนในชุมชนตำบลพันชาติ เป็นการประสานงานกับองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติและผู้ใหญ่บ้าน โดยเป็นการขอความร่วมมือในการเชิญวิทยากรเข้ามาอบรมโครงการทำการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชนจากมหาวิทยาลัยนเรศวรและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริม ให้ความรู้ การต่อยอดในเรื่องของการแปรรูปมะม่วง ซึ่งสารในลักษณะนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ และคนในชุมชนตำบลพันชาติ

3. สื่อหรือช่องทางในการสื่อสาร

การสื่อสารในชุมชนตำบลพันชาติ เป็นการสื่อสารที่สำคัญของคนในชุมชนเป็นการแลกเปลี่ยน การติดต่อ การเรียนรู้ หรือการแสดงความเห็นซึ่งกันและกัน ดังนั้น สื่อหรือช่องทางในการสื่อสารนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับคนในชุมชนตำบลพันชาติที่ต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ในการติดต่อสื่อสารกันภายในชุมชน

3.1 สื่อบุคคล ได้แก่ สื่อบุคคลภายในชุมชน และสื่อบุคคลภายนอกชุมชน

3.1.1 สื่อบุคคลภายในชุมชน เป็นสื่อที่เป็นผู้นำความคิดหรือผู้นำในชุมชน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ นักวิชาการเกษตร ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ

3.1.2 สื่อบุคคลภายนอกชุมชน ได้แก่ วิทยากรผู้มีความรู้ด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยนเรศวร และมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ลพบุรี ที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติได้ขอความร่วมมือไปในโครงการการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง

3.2 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายไวนิลโครงการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง และเอกสารคู่มือประกอบการสอนการทำมะม่วงแปรรูปภายในโครงการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง

3.2.1 สื่อกิจกรรม

1) การประชุมหรือการพบปะ คือ การเปิดโอกาสให้บุคคลในแต่ละฝ่าย ๗ ได้เข้ามาปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยจะจัดขึ้นผ่านทางการประชุมต่าง ๆ ได้แก่ การประชุมประจำเดือนของสมาชิกในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ และการประชุมประจำเดือนของหมู่บ้านระหว่างผู้ใหญ่กับชาวบ้านในหมู่บ้าน

2) การจัดอบรมโครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป ทั้งในเรื่องการแปรรูปมะม่วงและบรรจุภัณฑ์ เป็นการประสานงานกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อขอความร่วมมือจากวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปมะม่วงและด้านบรรจุภัณฑ์ เข้ามาให้ความรู้แก่คนในชุมชนตำบลพันชาติ

3) การจัดประกวดแข่งพันธุ์มะม่วง ข้าวเหนียว และนำเสนอผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในงานประจำปีของหมู่บ้าน เป็นงานประจำปีที่จะจัดขึ้นหลังช่วงฤดูเก็บเกี่ยวของมะม่วง โดยเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมให้แก่คนชุมชนภายในงานประกอบไปด้วย การแข่งพันธุ์มะม่วงและข้าวเหนียวของคนในชุมชน ที่จะนำมาแข่งประกวดกัน

3.2.2 สื่อกระจายข่าว คือ หอกระจายข่าวซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วประเทศ หอกระจายข่าวเป็นสื่อที่ใช้ชาวบ้านใช้กันเองภายในหมู่บ้านในชุมชนหลายแห่ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็คือนักที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นคนกลุ่มเดียวกันมีวิถีชีวิตคล้ายกัน จนกล่าวได้ว่าเหมือนกันพูดภาษาเดียวกัน พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินชีวิตคล้ายกัน เช่น ปัญหาจากภัยธรรมชาติ ฝนแล้ง น้ำท่วม ปลูกข้าวได้ผลผลิตน้อย ไม่มีโรงเรียนในหมู่บ้าน เป็นต้น ซึ่งบทบาทของหอกระจายข่าวนั้น คือ การแจ้งข่าวสารและประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ภายในและภายนอกชุมชน โดยเป็นการแจ้งข่าวสารที่ไม่เปลืองงบประมาณและกระจายข่าวสารไปในแนวกว้าง ซึ่งคนในชุมชนส่วนใหญ่นั้นยังเป็นผู้สูงอายุจึงยังให้ความสำคัญกับการรับข่าวสารจากผู้นำชุมชนผ่านทางหอกระจายข่าวของชุมชน

3.2.3 สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อสิ่งพิมพ์สามารถนำไปใช้สื่อเพื่อการพัฒนาได้เป็นอย่างดี ควรมีลักษณะที่สำคัญ คือ การตอบสนองของวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน โดยจะมีเนื้อหาที่มีความชัดเจน และรูปแบบที่น่าสนใจ ทั้งในเรื่องการจัดวางรูปแบบ สี ตัวอักษร ซึ่งสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ได้แก่

1) ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จากองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ จะติดตั้งอยู่หน้าองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติและตามจุดสำคัญ ๆ ภายในชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นภายในและภายนอกชุมชนให้คนในชุมชนตำบลพันชาติได้ทราบกันอย่างทั่วถึง

2) สื่อประกอบการเรียนการสอน เป็นสื่อที่ใช้ในการประกอบการเรียนการสอนในเรื่องการแปรรูปมะม่วง โดยวิทยากรจะแจกเอกสารการสอนขั้นตอนการทำมะม่วงแปรรูปก่อนเริ่มทำมะม่วงแปรรูปเพื่อที่ชาวบ้านเข้าใจในการทำแต่ละขั้นตอน และจดข้อมูลเพิ่มเติมหลังจากได้รับฟังการทำขั้นตอนแต่ละขั้นตอนแล้ว

3.3 สื่อใหม่ คือ สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ โดยสื่อกลางที่ใช้เป็นคอมพิวเตอร์ในการผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนบางอย่าง โดยจะเน้นนวัตกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งคนในชุมชนตำบลพันชาติ และองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ จะมีการใช้สื่อใหม่หรือเทคโนโลยีการสื่อสารมากขึ้น เช่น เว็บไซต์องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ Facebook และ Line ที่จะใช้สื่อสารกับภายในชุมชนและภายนอกชุมชนในการติดต่อสื่อสารกัน

4. ผู้รับสาร

ผู้รับสาร เป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสารและเป็นจุดหมายปลายทางของการสื่อสาร โดยเป็นผู้รับข่าวสารที่ผู้ส่งสารส่งมาให้โดยผ่านทางสื่อหรือช่องทาง ผู้รับสารจึงเป็นผู้ที่ผู้ส่งสารต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจตามที่ผู้ส่งสารประสงค์หรือปรารถนา ซึ่งคนในชุมชนและผู้นำชุมชนมีความสัมพันธ์กันจึงสามารถเชื่อมโยงเข้ารับการสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ จึงทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ทั้งภายในองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ คนในชุมชน และการเรียนรู้จากบุคคลภายนอกชุมชน ดังนี้

4.1 ผู้รับสารหลัก ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูป โดยมีรูปแบบการรับสารแบบทางการ มีทิศทางการรับสารแบ่งออกเป็น 2 ทิศทาง ได้แก่ ทิศทางการรับสารแบบทางเดียว และทิศทางการรับสารแบบสองทาง และใช้ช่องทางการรับสารแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางการรับสารแนวตั้ง และช่องทางการรับสารแนวตั้ง

4.2 ผู้รับสารรอง ได้แก่ คนในชุมชนตำบลพันชาลี โดยมีรูปแบบการรับสารแบบไม่เป็นทางการ มีทิศทางการรับสารแบบสองทาง และใช้ช่องทางการรับสารแนวนอน

4.3 ผู้รับสารและผู้ส่งสารภายนอก ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบลพันชาลีกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยมีรูปแบบการรับสารแบบทางการ มีทิศทางการรับสารแบบสองทาง และใช้ช่องทางการรับสารแนวไขว้

5. ปัญหาอุปสรรค

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารภายในชุมชนตำบลพันชาลี ได้พบ ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 อุปสรรคในด้านผู้ส่งสารหรือผู้นำชุมชน อันได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านที่เป็นผู้นำชุมชนในการพัฒนาชุมชนและเป็นผู้นำที่ต้องรู้ข่าวสารก่อนคนในชุมชนทั้งข่าวสารภายในและภายนอกชุมชน แต่ทางผู้นำชุมชนไม่มีความรู้ในการใช้สื่อออนไลน์จึงทำให้ขาดข่าวสารที่มีต่อการพัฒนาชุมชน เช่น การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป การติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกผ่านสื่อออนไลน์ และส่งผลการแจ้งข่าวสารไปยังคนในชุมชนทางช่องทางสื่อใหม่ โดยในปัจจุบันทางผู้นำชุมชนแจ้งข่าวสารทางหอกระจายข่าวเป็นช่องทางเดียว

ปัจจุบันทางผู้นำชุมชนได้มีการเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น โดยให้ลูกหลานในชุมชนสอนวิธีการใช้สื่อออนไลน์ รวมไปถึงการทำเพจกลุ่มมะม่วงแปรรูปเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชน และเปิดรับออเดอร์มากขึ้น

5.2 อุปสรรคอุปสรรคในด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป จากวิทยากรผู้มีความรู้ในด้านการแปรรูปมาส่งเสริมในการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปต่าง ๆ เช่น แยมมะม่วง ซอสมะม่วง ไอศกรีมมะม่วง ท็อฟฟี่มะม่วง น้ำมะม่วง และมะม่วงอบแห้ง เกิดความหลากหลายในผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป แต่ทางกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปไม่สามารถที่จะจับผลิตภัณฑ์หลัก ๆ ที่จะเป็นตัวผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของกลุ่มได้ จึงทำให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการขาดความต่อเนื่องในการทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป และขาดออเดอร์ในการสั่งผลิตภัณฑ์

5.3 อุปสรรคอุปสรรคในด้านช่องทางการสื่อสารในชุมชนตำบลพันชาลี ได้แก่ หอกระจายข่าวในชุมชน ระหว่างผู้ใหญ่แจ้งข่าวสารผ่านหอกระจายข่าวไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลี เกิดปัญหาทำให้ผู้รับสารไม่สามารถได้ยินเสียงประกาศได้ชัดเจน เนื่องจากทิศทางของลมนำพาเสียงประกาศของผู้ใหญ่ไปในทิศทางอื่นจึงทำให้คนในชุมชนได้รับข่าวสารไม่ชัดเจน

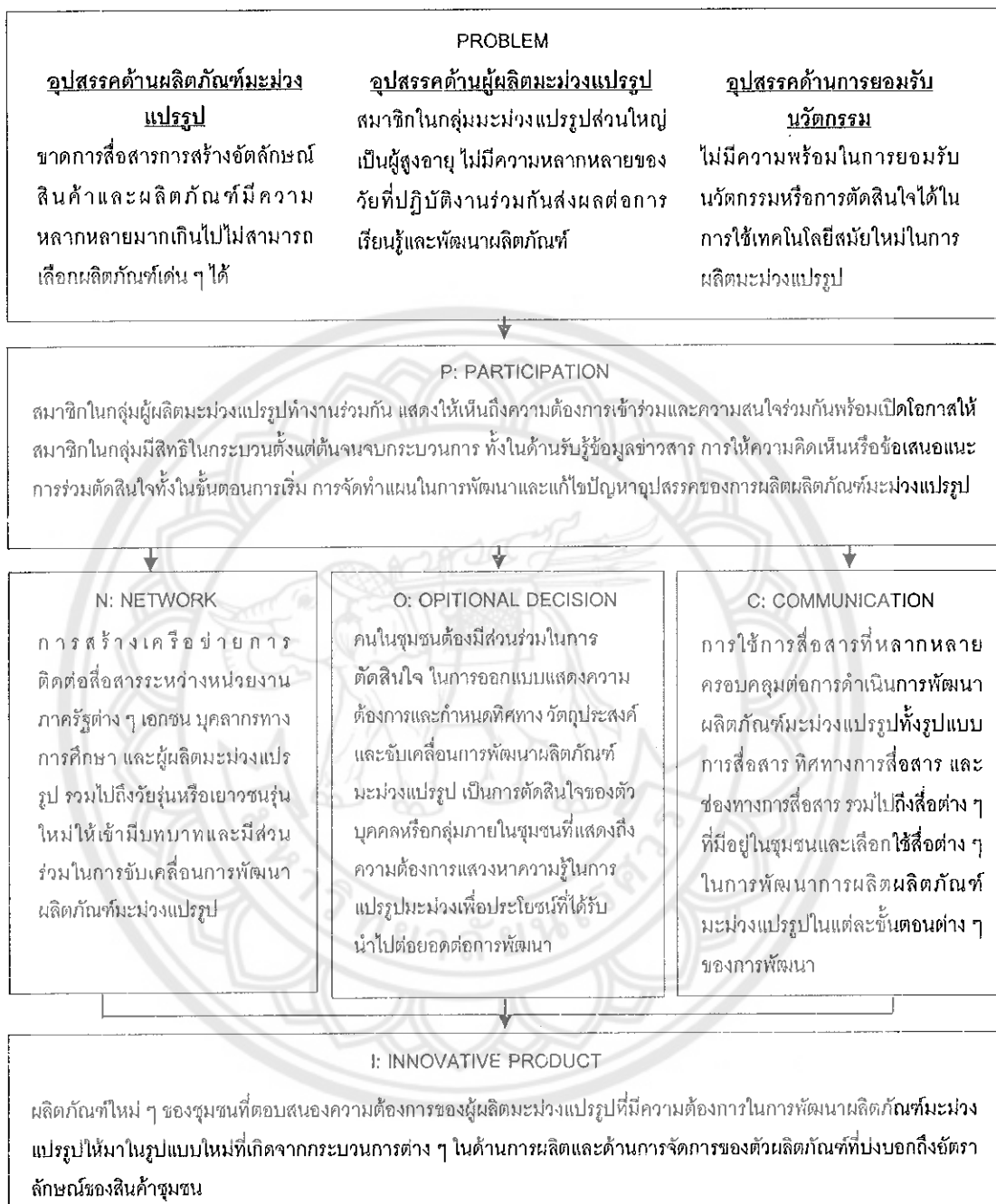
ในปัจจุบันทางผู้นำชุมชนตำบลพันชาลีได้มีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเวลาการประชุมสัมพันธ์เป็น 3 ช่วงเวลา โดยจะทำการประกาศในช่วงเช้าระหว่างเวลา 05.00 น. – 07.00 น. ในช่วงบ่ายระหว่างเวลา 13.00 น. – 14.00 น. และในช่วงเย็นระหว่างเวลา 18.00 น. – 19.00 น.

5.4 อุปสรรคอุปสรรคในด้านผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี สมาชิกในโครงการผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปของชุมชน ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุทั้งในกระบวนการผลิตและจำหน่าย จึงทำให้เกิดปัญหาขึ้นในขณะที่มีวิทยากรมาให้ความรู้ในการแปรรูปทางผู้ผลิตนั้นส่วนใหญ่ไม่สามารถที่จะจดสูตรการทำหรืออ่านขั้นตอนการทำได้ เกิดการละเลยในระหว่างการทำ และระหว่างการทำจำหน่ายผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปเกิดปัญหาระหว่างการทำจำหน่ายเพราะผู้จำหน่ายไม่สามารถคิดราคา หรือหีบสินค้าให้กับลูกค้าได้ทำให้เกิดความล่าช้าในการจำหน่าย และทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีจำนวนไม่เพียงพอ จากการกล่าวมาข้างต้นสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ไม่สามารถเข้าใจการใช้อุปกรณ์การทำผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปได้ เช่น เครื่องอบแห้ง เครื่องสุญญากาศ ที่ทางวิทยากรได้สอนถึงวิธีการใช้งานของเครื่องแล้ว ซึ่งถ้าเกิดทางสมาชิกต้องการใช้อุปกรณ์ในการผลิตต้องรอให้คนใช้อุปกรณ์เป็นเปิดเครื่องใช้งานให้

5.5 อุปสรรคในด้านการยอมรับนวัตกรรมของผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป ผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปใหม่ของชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่สูงมาก จากที่กล่าวมาข้างต้นสมาชิกในกลุ่มมะม่วงแปรรูปส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและเป็นผู้รับสารซ้ำ ที่ยังไม่มีความพร้อมในการยอมรับนวัตกรรมหรือการตัดสินใจได้ เพราะว่ำนวัตกรรมที่ได้รับความรู้นั้นเป็นนวัตกรรมที่ซับซ้อน จึงทำให้ผู้รับสารนั้นมีปัญหาในเรื่องของการยอมรับนวัตกรรม

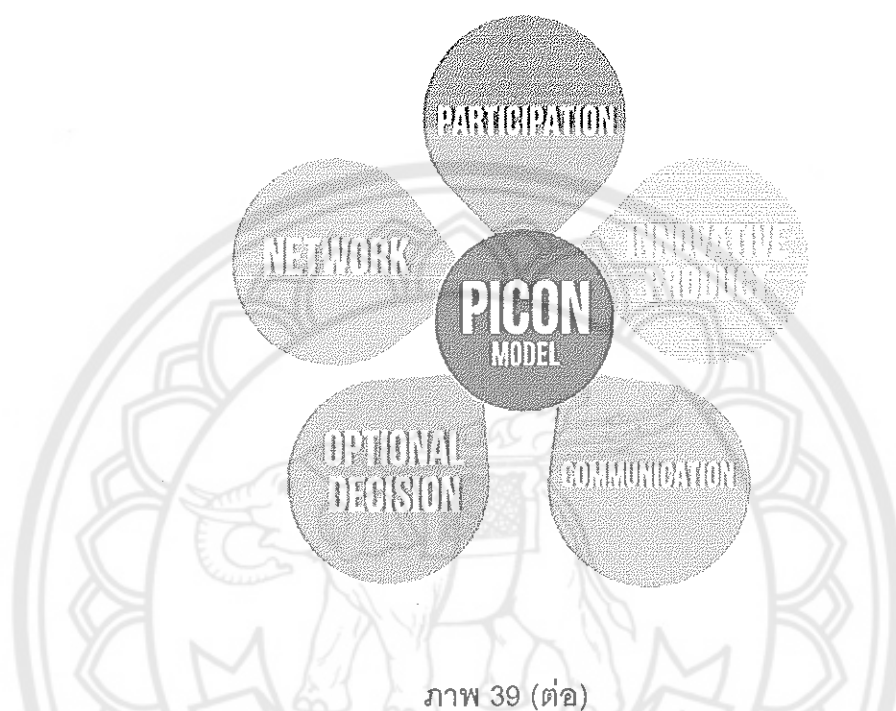
สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

รูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป ผู้วิจัยได้ศึกษาสภาพ ปัจจุบันจากการศึกษาเชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ได้ทราบถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป ปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิต มะม่วงแปรรูปให้เกิดผลสำเร็จ และปัญหาอุปสรรคที่ส่งผลให้การสื่อสารในการพัฒนานวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงนำมาสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนา นวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป ด้วยโมเดล PICON โดยใช้การมีส่วนร่วม การสื่อสารและ นวัตกรรมมาเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป ดังต่อไปนี้



ภาพ 39 แสดงโมเดล PICON การสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก 2

PICON MODEL คือ เป็นโมเดลที่ใช้ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาอุปสรรคของการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป เป็นปัจจัยหรือสูตรสำเร็จของการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้



ภาพ 39 (ต่อ)

ผู้วิจัยมีคำอธิบายเพิ่มเติม ดังนี้

P: Participation คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปทำงานร่วมกัน แสดงให้เห็นถึงความต้องการเข้าร่วมและความสนใจร่วมกันพร้อมเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มมีสิทธิในกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ทั้งในด้านรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ การร่วมตัดสินใจทั้งในขั้นตอนการเริ่ม การจัดทำแผนในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาอุปสรรคของการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

I: Innovative Product คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปที่มีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้มาในรูปแบบใหม่ที่เกิดจากกระบวนการต่าง ๆ ในด้านการผลิตและด้านการจัดการของตัวผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของสินค้าชุมชน

C: Communication คือ การใช้การสื่อสารที่หลากหลายครอบคลุมต่อการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปทั้งรูปแบบการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสาร รวมไปถึงสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนและเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในแต่ละขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนา

O: Optional Decision คือ คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการออกแบบ แสดงความต้องการและกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์และขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป เป็นการตัดสินใจของตัวบุคคลหรือกลุ่มภายในชุมชนที่แสดงถึงความต้องการแสวงหาความรู้ในการแปรรูปมะม่วงเพื่อประโยชน์ที่ได้รับนำไปต่อยอดต่อการพัฒนา

N: Network คือ การสร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เอกชน บุคลากรทางการศึกษา และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป รวมไปถึงวัยรุ่นหรือเยาวชนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ เรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ได้ค้นพบปัจจัยที่ทำให้เกิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปสำเร็จ และปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก สามารถอธิบายได้ดังนี้

การสื่อสารของชุมชนตำบลพันชาติ มีลักษณะการสื่อสารในหลายรูปแบบโดยเป็นไปตามองค์ประกอบของการสื่อสารขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร และผลสะท้อนซึ่งการสื่อสารของคนในชุมชนตำบลพันชาติมีรูปแบบการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการสื่อสารภายในชุมชน

รูปแบบการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสารของการรับสารของคนในชุมชนตำบลพันชาติ สามารถจำแนกได้ตามการไหลของข่าวสารในชุมชน ดังนี้

1.1 รูปแบบการสื่อสารแบบทางการ คือ เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลพันชาติ กำนันผู้ใหญ่บ้านตำบลพันชาติ และนักวิชาการเกษตรตำบลพันชาติ

1.2 รูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ คือ การใช้วิธีการสื่อสารเชิงสนทนา หรือหรือมอบหมายงานในลักษณะของการเป็นเพื่อนร่วมงานด้วยความเป็นกันเองมากกว่าที่จะเป็นการสื่อสารแบบผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา โดยมีลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มสังคม ที่มีความสนิทสนม การพบปะพูดคุยสนทนากัน และเป็นการถ่ายทอดการสื่อสารมากกว่าจำนวนหนึ่งคน

1.3 ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว คือ ผู้ส่งสารหลักจะเป็นฝ่ายส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในชุมชนไปยังคนในชุมชนตำบลพันชาลีมีลักษณะการสื่อสารเป็นเส้นตรง โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หรือบอร์ดประกาศ เป็นต้น

1.4 ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง คือ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันมีการตอบโต้กันทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน ซึ่งทางนายกองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีหรือกำนัน ผู้ใหญ่บ้านได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนตำบลพันชาลีได้มีโอกาสซักถามหรือขอแนะนำผ่านวาระการประชุมต่าง ๆ

1.5 ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง คือ ช่องทางการสื่อสารในแนวตั้งหรือการสื่อสารจากบนลงล่าง

1.6 ช่องทางการสื่อสารแนวตั้ง คือ ช่องทางการสื่อสารในแนวตั้งหรือการสื่อสารจากล่างขึ้นบน

1.7 ช่องทางการสื่อสารแนวนอน คือ การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีตำแหน่งระดับเดียวกันในองค์การ โดยปกติเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานในการพูดแลกเปลี่ยนความรู้ การแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

1.8 ช่องทางการสื่อสารแนวไขว้ คือ เป็นการสื่อสารแบบข้ามแผนกหรือข้ามระดับที่มีลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน เป็นการสื่อสารระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นการติดต่อประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกชุมชนตำบลพันชาลี

2. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อภายในชุมชน

2.1 สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชนในตำบลพันชาลี เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี นักวิชาการเกษตร ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลี ซึ่งล้วนแต่เป็นผู้ที่รู้จักมักคุ้นกับคนในชุมชนเป็นอย่างดี มีวิถีชีวิตแบบเดียวกับคนในชุมชนและเป็นชุมชนที่มีพื้นที่เป็นเอกลักษณ์ในการทำเกษตรกรรมการปลูกมะม่วง เป็นพื้นที่มีขนาดใหญ่จึงมีผลต่อการบริหารงานโดยสื่อบุคคลจึงมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรมของคนในชุมชน

2.2 สื่อกิจกรรม คือ เป็นสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีเป้าหมายหลักอยู่ที่รับสารเฉพาะกลุ่ม เช่น ป้ายไวเนลโครงการมะม่วงแปรรูป เอกสารการเรียนการสอนมะม่วงแปรรูป

2.3 สื่อกระจายข่าว คือ หอกระจายข่าวซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วประเทศ หอกระจายข่าวเป็นสื่อที่ใช้ชาวบ้านใช้กันเองภายในหมู่บ้าน

2.4 สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อสิ่งพิมพ์สามารถนำไปใช้สื่อเพื่อการพัฒนาได้เป็นอย่างดี ควร มีลักษณะที่สำคัญ คือ การตอบสนองวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน โดยจะมีเนื้อหาที่มีความชัดเจน และรูปแบบที่น่าสนใจ ทั้งในเรื่องการจัดวางรูปแบบ สี ตัวอักษร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์งานประจำปี เอกสารการเรียนการสอนภายในโครงการมะม่วงแปรรูป

ซึ่งการศึกษาสภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก พบถึงปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี ตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร จะมีรูปแบบการสื่อสารไม่เป็นทางการ การสื่อสารแบบสองทาง และมีทิศทางการสื่อสารในแนวนอน ที่จะนำไปสู่ต่อการพัฒนาในวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พงศ์ศักดิ์ น้อยผา (2552) ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่น ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในชุมชนระหว่างผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นและคนในชุมชนแบบการสื่อสารทั้งทางตรงและการสื่อสารแบบสองจังหวะ ผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และเลือกช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านความรู้ ด้านทัศนคติ พฤติกรรมของผู้ที่สื่อสารด้วยกระบวนการทัศน์ใหม่ให้ทันสมัย

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก โดยมีแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม และแนวคิดการสร้างเครือข่าย เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. Participation คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปทำงานร่วมกัน
2. Innovative Product คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปที่มีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้มาในรูปแบบใหม่ที่เกิดจากกระบวนการต่าง ๆ

3. Communication คือ การใช้การสื่อสารที่หลากหลายครอบคลุมต่อการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป ทั้งรูปแบบการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสาร รวมไปถึงสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนและเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

4. Optional Decision คือ คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการออกแบบ แสดงความต้องการและกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์และขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

5. Network คือ การสร้างเครือข่ายเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เอกชน บุคลากรทางการศึกษา และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป รวมไปถึงวิทยุชุมชนหรือเยาวชนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

Participation การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดหนึ่งที่สำคัญในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และการนำการสื่อสารมาใช้เพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ จะประกอบไปด้วย 4 ระยะ ดังนี้ (Tuftte, & Mefalopulos, 2009 อ้างถึงใน อัจฉรา ศรีพันธ์, 2555) 1) การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการประเมินสถานการณ์ ค้นหาข้อมูลเชิงลึกเพื่อกำหนดวิธีการ เครื่องมือ ในการสื่อสารที่จะนำมาใช้ในโครงการสื่อสาร 2) การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการค้นหาปัญหาจากการวิจัยและหาแนวทางที่ดีที่สุดในการประยุกต์ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อบรรลุสู่การเปลี่ยนแปลงตามจุดมุ่งหมาย 3) การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร ซึ่งขั้นตอนการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่วางไว้เพื่อให้เกิดผลที่ต้องการ 4) การติดตามและการประเมินผล ในขั้นตอนนี้ต้องดำเนินการไปตลอดทั้งโครงการการสื่อสารและประเมินผลกระทบระหว่างการดำเนินโครงการการสื่อสารและผลกระทบที่ทำได้รับ

โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปทำงานร่วมกัน แสดงให้เห็นถึงความต้องการเข้าร่วมและความสนใจร่วมกันพร้อมเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มมีสิทธิในกระบวนการ ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ทั้งในด้านรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ การร่วมตัดสินใจทั้งในขั้นตอนการเริ่ม การจัดทำแผนในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาอุปสรรคของการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป และมีวิธีการสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนอย่างมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่สำคัญของพื้นฐานการพัฒนา โดยเน้นให้คนในชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาเพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมและรับผิดชอบในชุมชนได้อย่างเท่าเทียมกัน

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านจำรุง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง จากการสัมภาษณ์และจัดเวทีประชุมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างทีมวิจัยและชุมชนดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน นักวิชาการส่งเสริมเกษตร เกษตรกรในชุมชน จึงทำให้พบปัญหาของการทำเกษตรอินทรีย์ โดยเป็นการใช้การสื่อสารแบบสองทาง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารและสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ผลลัพธ์ คือ ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีจุดเด่นในการขาย นำไปสู่การผลิตที่ไม่มีความต่อเนื่อง

Innovative Product ความคิด การกระทำ หรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งถูก รับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับโดยการพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นนวัตกรรมนั้น โรเจอร์ได้ชี้ให้เห็นว่าขึ้นอยู่กับความรู้ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขาหรือไม่อีกประการหนึ่งความใหม่ อาจขึ้นอยู่กับเวลาด้วยสิ่งใหม่ ๆ ตามความหมายของนวัตกรรมนี้ไม่จำเป็นต้องใหม่จริง ๆ แต่อาจ หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นความคิดหรือการปฏิบัติที่เคยทำกันมาแล้วแต่ได้หยุดกันไประยะเวลาหนึ่งต่อมามีการรื้อฟื้นขึ้นมาทำใหม่ Roger (2003) ได้อธิบายถึงนวัตกรรมว่า 1) สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีผู้ใดเคยทำมาก่อนเลย 2) สิ่งใหม่ที่เคยทำมาแล้วในอดีตแต่มีการรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่ 3) สิ่งใหม่ที่มีการพัฒนามาจากของเก่าที่มีอยู่เดิม ซึ่งการแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสารหรือ พฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่บุคคลกลุ่มอื่นโดยกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้น อันจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด โดยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในที่นี้ คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปที่มีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้มาในรูปแบบใหม่ที่เกิดจากกระบวนการต่าง ๆ ในด้านการผลิตและด้านการจัดการของตัวผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงอัตราชลักษณะของสินค้าชุมชน

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และคณะ (2554) ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนводแผนไทยบ้านแม่ทะ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง กล่าวถึง สมาชิกกลุ่มต้องมีความรู้ความเข้าใจและความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นปัจจัยหลัก และมีกระบวนการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมและยอมรับของสมาชิกกลุ่ม ประกอบการดำเนินการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานโดยตรวจสอบการพัฒนาในทุกขั้นตอน

Communication การใช้การสื่อสารที่หลากหลายครอบคลุมต่อการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปทั้งรูปแบบการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสาร รวมไปถึงสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนและเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในแต่ละขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนา โดยเฉพาะสื่อภายในชุมชนตำบลพันชาติที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญมากในชุมชน ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ ผู้ใหญ่บ้าน อีกทั้งสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ภายในชุมชน คือ วาระการประชุมต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดอบรมการแปรรูปของชุมชนด้วย

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วงวิภา วงศ์เทียมชัย (2557) การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ฯ มีเนื้อหาสองส่วนประกอบด้วยความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ฯ และความรู้ด้านการเกษตรและการประกอบอาชีพด้านการเกษตร โดยมีวิธีการถ่ายทอดผ่านสื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ ป้ายประกาศ เอกสารประกอบการฝึกอบรม และเอกสารวิชาการ สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ฯ และเกษตรกรตัวอย่าง สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเป็นแนวทางในการเลือกรูปแบบและกระบวนการสื่อสารที่ใช้ในการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรที่ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง

Optional Decision ปัจจุบันโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นยุคของดิจิทัล เกิดการรับรู้ข่าวสารที่รวดเร็ว ซึ่งณรงค์ สมพงษ์ (2543) ได้อธิบายถึงการแพร่กระจายนวัตกรรม ที่เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสาร หรือพฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่บุคคลอื่นโดยกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติอันจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ในส่วนนี้ก็จะมีผลสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger ที่พูดถึงการยอมรับนวัตกรรมของผู้รับสาร เป็นการยอมรับนวัตกรรมแบบเชิงรับ (Passive receiver) ในขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอนของการยอมรับนวัตกรรม แต่ในทางกลับกันโลกได้มีการเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เกิดความแตกต่างที่ทำให้ผู้รับสารต้องเปลี่ยนเป็นผู้ยอมรับนวัตกรรมแบบเชิงรุก (Active receiver) ที่ทางบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจะรอให้มีผู้มีความรู้มาสอน หรือถ่ายทอดนวัตกรรมอย่างเดียวยังไม่ได้ ชุมชนควรจะตั้งมีการต่อยอดนวัตกรรมซึ่งต้องรู้ถึงจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง และนำนวัตกรรมนั้นไปต่อยอดต่อการพัฒนา

ดังนั้น คนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการออกแบบแสดงความต้องการ และกำหนดทิศทาง วัตถุประสงค์และขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป เป็นการตัดสินใจของตัวบุคคลหรือกลุ่มภายในชุมชนที่แสดงถึงความต้องการแสวงหาความรู้ในการแปรรูปมะม่วงเพื่อประโยชน์ที่ได้รับนำไปต่อยอดต่อการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถประกอบอาชีพด้วยการพึ่งพาตนเอง โดยพื้นฐานชุมชนต้องรู้จักศักยภาพของตนเอง รู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยการใช้ให้ชุมชนทำการวิเคราะห์ตัวเอง เพื่อให้เห็นถึงสภาพปัญหา โดยการรู้จักแข็ง จุดอ่อน จุดประสงค์และเป็นโอกาสที่เป็นไปได้ อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ 3. สื่อ ที่ใช้ในชุมชนตำบลพันชาติ พบว่า สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีอิทธิพลที่สุดในชุมชน อีกทั้งยังมีสื่อกิจกรรม คือ วาระการประชุม การจัดอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์

อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภารดี พึ่งสำราญ และคณะ (2558) กระบวนการสื่อสารปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการแพร่กระจายนวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ พบว่า ผู้รับสารต้องการเกิดรับรู้ความหมายตามเรื่องราวของผู้ส่งสาร และปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสารหรือข่าวสารนั้น โดยผู้รับสาร คือ ประธานกลุ่มและสมาชิกเกษตรกร โดยเนื้อหาข้อมูลความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่ได้รับองค์ความรู้ชุดเดียวกับสารที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อมายังผู้รับสาร หากแต่ว่าสมาชิกเกษตรกร มีความต้องการชุดความรู้ที่นอกเหนือจากชุดความรู้ที่ได้รับ คือ มีความต้องการความรู้ที่เพิ่มทักษะเพื่อการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบอาชีพเดียวกันและต้องการขยายผลไปยังผู้ที่สนใจโครงการต่าง ๆ ของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอีกด้วย

Network การสร้างเครือข่ายเป็นกิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นกลุ่มองค์กรหรือกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิตระหว่างองค์กรสมาชิก ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนหน้าที่จะทำความตกลงเป็นองค์กรเครือข่าย โดยมีเหตุผลในการสร้างเครือข่ายทางสังคม 1) ต้องการมีเพื่อนในการทำงานและต้องการมีหมู่มีพวก 2) ต้องการทรัพยากรในการทำงาน 3) ต้องการรับภาระความเสี่ยงในกิจกรรมร่วมกัน 4) ต้องการความชำนาญเฉพาะด้านในการแก้ไขปัญหา 5) ต้องการประหยัด 6) ต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน รวมไปถึงมีปัจจัยเสริมที่เป็นเงื่อนไขสำคัญ คือ ความเต็มใจที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกัน

โดยสืบเนื่องจากปัญหาอุปสรรคของการวิจัยคือ ความหลากหลายของวัยที่เป็นปัญหาต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างเครือข่ายเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เอกชน บุคลากรทางการศึกษา และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป รวมไปถึงวัยรุ่นหรือเยาวชนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฅัญฐวรนนท์ ชนเมธเดชสิทธิ์ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล พรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก กล่าวว่า มีการใช้สื่อที่หลากหลายในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อชุมชนมากที่สุดคือ สื่อบุคคล เพราะสื่อบุคคลจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางสามารถเข้าถึงประชาชนและตอบข้อสงสัยได้ชัดเจน 4. ปัญหาอุปสรรคของการสื่อสาร คือ ปัญหาสมาชิกในการทำผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความหลากหลายของวัย จึงนำไปสู่การปฏิเสธการรับรู้ข่าวสาร และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ัญญ์นรี จิรสกุลอ่อนแจ้ง (2558) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่พบปัญหาค้ำยกัน คือ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ด้านกำลังคนไม่เพียงพอต่อการผลิต และด้านช่องทางการตลาด เนื่องจากไม่มีช่องทางการตลาดโดยตรงที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้จึงไม่สามารถที่จะขยายช่องทางในการจำหน่ายในวงกว้างได้

องค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้น หลังจากทราบถึงปัญหาอุปสรรคภายในชุมชนตำบลพันชาติโดยจะเน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป นำไปสู่การสร้างเครือข่าย การตัดสินใจ และการสื่อสาร เพื่อให้การพัฒนานั้นตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง อันนำไปสู่ต่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปของชุมชน

ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ญรัฐพัชร ไชยทิพย์ (2560) ศึกษา การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมังอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมัง หรือการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ภายในชุมชน การสื่อสารจะเป็นเครื่องมือของการพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนไปทิศทางที่ยั่งยืน โดยมีรูปแบบการสื่อสารคือ 6Ps Communication Model ประกอบไปด้วย 1) Problem คือ ปัญหา 2) Participant คือ ผู้มีส่วนร่วม 3) Public areas creation คือ การสร้างพื้นที่สาธารณะ 4) Problem Analysis คือ การวิเคราะห์ปัญหา 5) Planning คือ การวางแผน และ 6) Project คือ โครงการ

โดยการวิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก การพัฒนาชุมชนให้มีทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมเป็นการเรื่องสำคัญต่อการพัฒนา โดยจะให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชน ซึ่งทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องเสนอทางออกในการแก้ไขปัญหาโดยจะต้องอาศัยหลายปัจจัยในการพัฒนา ได้แก่ 1) ผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน 2) รูปแบบการสื่อสาร 3) เนื้อหาสาระ 4) สื่อที่ใช้ในการสื่อสารภายในชุมชน และการจัดกิจกรรมอบรมต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปของชุมชนได้อย่างสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

จากผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 สภาพปัจจุบันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

1. ด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป โดยกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปเสนอให้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีให้เข้ามาสนับสนุนในด้านของอุปกรณ์การผลิต และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป

2. ด้านช่องทางการสื่อในชุมชน พบปัญหาทางการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหอกระจายข่าวที่มีไม่เพียงพอต่อการกระจายข่าว เพราะพื้นที่ในชุมชนมีพื้นที่กว้างขวางและเป็นหมู่บ้านที่อยู่ห่าง ๆ กัน จึงทำให้เกิดปัญหาการรับรู้ข่าวสาร ทางผู้วิจัยจึงเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องติดหอกระจายข่าวเพิ่มตามจุดต่าง ๆ เพื่อที่จะได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในชุมชน

จากผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก โดยอยู่ในการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อการแก้ไขปัญหาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป

1. การสร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เอกชน บุคลากรทางการศึกษา และผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป รวมไปถึงวัยรุ่นหรือเยาวชนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป อาจจะใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์กลุ่มมากขึ้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ที่จะใช้โฆษณากลุ่มแปรรูป หรือสื่อกระจายข่าวที่บ่งบอกถึงความต้องการสมาชิกเพิ่ม

2. ด้านผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาลี ที่เป็นปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูป ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพันชาลีอาจจะใช้รูปแบบกิจกรรมการสื่อสารเพื่อให้เกิดผล

ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การนำกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปศึกษาดูงานในชุมชนที่ประสบความสำเร็จในด้านการแปรรูป เพื่อที่จะได้นำความรู้ใหม่ ๆ มาปรับในการผลิตมะม่วงแปรรูป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากการวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งได้รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก หากมีผู้สนใจทำวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องสามารถนำรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกไปปรับใช้หรือนำไปพัฒนาพื้นที่ที่มีการทำผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่น ๆ

2.1 จากการวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก แนะนำให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องนำรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก หรือ PICON Model ไปทดลองใช้และรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ในชุมชนต่อไป





บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาชุมชน. (2547). *ตำนานผลิตภัณฑ์ไทยจากภูมิปัญญาไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย
- กรมรณิการ์ อัครดรเดชา. (2553). *การสื่อสารของมนุษย์*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *สื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อเก่า - สื่อใหม่ สัญญา อัตลักษณ์ อุดมการณ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิติมา สุรสณี. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาลิสา มากแผ่นดินทอง. (2559). *การวิจัยการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- ชิตาภา สุขพล้ำ. (2548). *การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ณัฐชัฐดา วิจิตรจามรี. (2561). *การสื่อสารในองค์กร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย ธนสถิตย์. (2560). *เครือข่ายและการสร้างเครือข่าย*. สืบค้น 27 ตุลาคม 2562, จาก <http://chachoengsao.cdd.go.th/wp-content/>
- ธัญญา พิทยาพิทักษ์. (2555). การถ่ายทอดนวัตกรรม: หลักการและรูปแบบ. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 5(1), 107-118.
- ปราณี สุรสิทธิ์. (2555). *ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความสามัคคีอันดีของผู้นำชุมชน ในเขตจังหวัดนนทบุรี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2542). *การสื่อสาร: กลไกสำคัญในการเข้าสู่ประชาสังคมใน ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- พิเชษฐ วังศ์เกียรติจักร. (2559). *แนวทางเพื่อการเรียนรู้การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

- ภารดี พึ่งสำราญ. (2558). กระบวนการสื่อสารปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการแพร่กระจาย
นวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน
อันเนื่องมาจากพระราชดำริ. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 10(2),
40-54.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2544). *เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา
หน่วยที่ 1-8*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2546). *เอกสารการสอนชุดวิชาการศึกษาสื่อสารหน่วยที่ 1-8*.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร
หน่วยที่ 1-7*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร
หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วงวิภา วงศ์เทียมชัย. (2552). *ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตร
ของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด
จังหวัดเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรทัศน์ อินทร์คัมพร. (2550). *การติดต่อสื่อสารทางการเกษตร (บทเรียนออนไลน์)*.
สืบค้น 20 มีนาคม 2561, จาก
http://ageconextens.agri.cmu.ac.th/Course_online/course_352731.htm
- ศุภรัศมี สิวติกุลเจริญ. (2546). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เสาวนีย์ วิจิตรโกสม. (2560). *การถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมงานวิจัยสู่การนำไปใช้ในพื้นที่*.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก. (2560). *รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดพิษณุโลก*.
พิษณุโลก: สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี*. กรุงเทพฯ:
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *แผนพัฒนาการเกษตร*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์.

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*.
สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2561, จาก [http://www.oae.go.th/download/journal/
development_plan2559.pdf](http://www.oae.go.th/download/journal/development_plan2559.pdf)
- หนึ่งหทัย ขอมกลาง. (2558). *แนวทางการส่งเสริมศักยภาพของสื่อท้องถิ่นเพื่อการสื่อสารสุขภาพ
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- องค์การบริหารตำบลพันชาติ. (2560). *การจัดทำรายงานการพัฒนาตำบลพันชาติ*. พิษณุโลก:
องค์การบริหารตำบลพันชาติ.
- อัจฉรา ศรีพันธ์. (2554). *เอกสารประกอบการเรียน การสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*.
พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Behavioral Change Models. (2018). *Diffusion of innovation theory*. Retrieved January 1,
2019, from [http://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/MPHModules/SB/
BehavioralChangeTheories/](http://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/MPHModules/SB/BehavioralChangeTheories/)





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวก ก กระบวนการผลิตมะม่วงแปรรูปตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง
จังหวัดพิษณุโลก

มะม่วงจัดเป็นไม้ยืนต้นที่มีต้นกำเนิดในประเทศอินเดีย และถือว่าเป็นผลไม้ประจำชาติของประเทศไทย ในบ้านเรานั้นมะม่วงจัดเป็นผลไม้เศรษฐกิจซึ่งส่งออกเป็นอันดับ 3 ของโลก สำหรับพันธุ์มะม่วงนั้นมีหลากหลายสายพันธุ์มาก โดยสายพันธุ์ที่แพร่หลายมากที่สุดเห็นจะเป็นพันธุ์เขียวเสวย แรด น้ำดอกไม้ อกร่อง ฟ้างั้น โชคอนันต์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละสายพันธุ์นั้นก็จะมีรสชาติและลักษณะแตกต่างกันออกไป ประโยชน์ของมะม่วงที่เห็นเป็นประจำก็คงจะไม่พ้นการนำมารับประทานเป็นผลไม้สดทั้งดิบและสุก หรือมีการไปทำเป็นอาหารว่างต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นมะม่วงกวน มะม่วงแก้ว มะม่วงแช่อิ่ม มะม่วงน้ำปลากหวาน ข้าวเหนียวมะม่วง พายมะม่วง และนำไปใช้ประกอบอาหาร เช่น ใส่น้ำพริก ยำ ส้มตำ ส่วนยอดอ่อนหรือผลอ่อนก็สามารถนำมาประกอบอาหารแทนผักได้ (สำนักงานเกษตรตำบลพันชาติ, 2560)

ปัจจุบันในตำบลพันชาติ กลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปในหมู่บ้าน หมู่ที่ 11 และหมู่ที่ 16 ซึ่งเป็นพื้นที่หลักที่มีการปลูกมะม่วงจำนวนมาก โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคุณภาพมะม่วงส่งออกตำบลพันชาติ หมู่ที่ 16 ตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง ที่มีเนื้อที่ปลูกมะม่วงรวมกันกว่า 2,500 ไร่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกบ้านหนองหิน หมู่ที่ 11 ตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง มีพื้นที่ปลูกกว่า 3,500 ไร่

ในฤดูกาลที่ต้นมะม่วงออกผลมาจำนวนมากเกินกว่าที่จะบริโภคผลสดได้หมด เริ่มจะมีมะม่วงสุกร่วงหล่นจากต้นมาก ไม่นานมาใช้รับประทานผลไม้สดได้ วิธีดั้งเดิมของชาวบ้านก็มักจะนำมะม่วงสุกเหล่านี้มาทำ "ส้มแผ่น" ที่รสชาติอร่อยออกหวานอมเปรี้ยวเพื่อเก็บไว้กินได้อีกนาน หากปีไหนทำส้มแผ่นกันมากเกินไป ก็จะเอามาขายบ้าง ซึ่งมีการรวมกลุ่มชาวบ้านในหมู่บ้าน ต.พันชาติ อ.วังทอง จ.พิษณุโลก เป็นผู้ผลิต เริ่มเกิดความคิดที่จะนำส้มแผ่นซึ่งเป็นผลผลิตของชาวบ้านมาเป็นสินค้าหลักและมีเป้าหมายที่จะทำให้ชื่อ "ส้มแผ่น" เป็นสินค้าของฝาก จากอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก และได้รับความนิยมนจากผู้บริโภค ได้เลือกซื้อเป็นของขวัญ

แรกเริ่มนั้นได้รับซื้อผลมะม่วงสุกจากชาวบ้านอำเภอข้างเคียงนำมาปอกแล้วกวนให้เป็นเนื้อเดียวกัน พักไว้ให้หายร้อน จากนั้นนำไปตากกับถาดพลาสติกทิ้งไว้ประมาณ 2-3 วัน เสร็จแล้วจึงค่อยเก็บพับหรือม้วนห่อไว้ในถุงเป็นการถนอมอาหารไว้ทานในช่วงที่ไม่มีมะม่วงได้ การจัดเก็บจากที่ใส่ถุงธรรมดามาเป็นแผ่นกลมบ้างพับครึ่งบ้างมาทำม้วนเป็นแท่งกลมแล้วใส่กล่องพลาสติกใส แล้วทดลองขายตามตลาดนัดบ้างตามสถานที่ราชการบ้าง และจังหวัดใกล้เคียง

"มะม่วงแปรรูป" หรือ "ส้มแผ่น" หมายถึง แผ่นมะม่วงกวนที่มี รสเปรี้ยว คำว่า "ส้ม" แปลว่า รสเปรี้ยว นั้นมะม่วงที่ใช้ก็มาจากหลายต้นหลายพันธุ์ จึงทำให้มะม่วงแผ่นที่ได้รสชาติหวานอมเปรี้ยวและสีของมะม่วงกวนเมื่อเก็บไว้นานก็จะเปลี่ยนเป็นสีคล้ำลงได้ง่ายจึงเลือกใช้มะม่วงดิบและมะม่วงสุกทำให้ "มะม่วงกวนส้มลิ้ม" มีรสเปรี้ยวอมหวานและสีของแผ่นมะม่วงกวนก็เป็นสีเหลืองทองไม่ดำง่าย จากการส่งเสริมอาชีพชาวบ้านทำให้เรามี "มะม่วงกวนส้มลิ้ม" ไร้ขายตลอดปีอีกด้วย อีกสิ่งที่เราให้ความสำคัญไม่ต่างไปจากบรรจุภัณฑ์และรสชาติ ก็คือความสะอาดทุกขั้นตอนของการกวน

โดย ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปรับปรุงคุณภาพมะม่วงส่งออกบ้านคลองวังเรือ หมู่ที่ 16 ตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง กลุ่มผู้ส่งออกมะม่วง กล่าวว่า ในปัจจุบันนอกจากจะส่งออกมะม่วงสดแล้ว ทางกลุ่มยังได้พัฒนาการแปรรูปมะม่วงเพื่อส่งออกด้วย ดังนั้น ปัญหาด้านการตลาดของมะม่วงนั้นไม่น่าเป็นห่วง ความต้องการของตลาดมีตลอดทั้งปี แต่เกษตรกรจะมีความพร้อมที่ผลิตได้หรือไม่เท่านั้น และต้องรักษาคุณภาพและมาตรฐาน

การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วงตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

กลุ่มเกษตรกรได้เข้าร่วมโครงการขององค์การบริหารส่วนตำบลพันชาติ "โครงการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน (การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง)" เพื่อพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วงในรูปแบบต่าง ๆ

โครงการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน (การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะม่วง) โดยได้รับความร่วมมือจากสถานเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน โดยเชิญวิทยากรมาให้ให้ความรู้ เมื่อวันที่ 27-28 พฤษภาคม 2560 ณ บ้านวังไม้ดอก หมู่ที่ 16 ตำบลพันชาติ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก โดยผลิตภัณฑ์ที่แปรรูป ได้แก่ ท็อฟฟี่มะม่วง แยมมะม่วง และมะม่วงแช่อิ่ม เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการ สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับตนเองและชุมชนได้



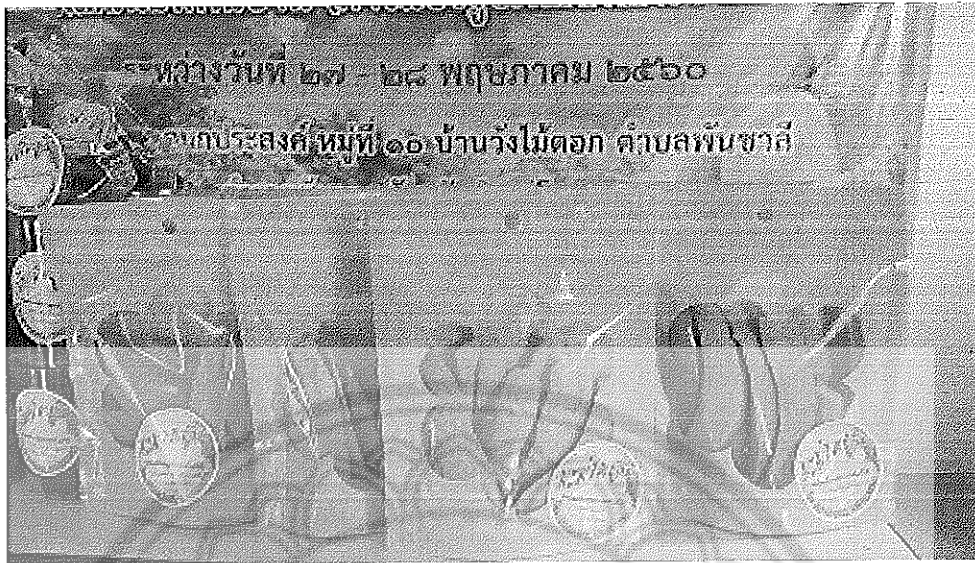
ภาพผลิตภัณฑ์แยมมะม่วง

ที่มา: http://www.phanchalee.go.th/news_detail.php?id=23649



ภาพผลิตภัณฑ์ท็อฟฟี่มะม่วง

ที่มา: http://www.phanchalee.go.th/news_detail.php?id=23649



ภาพผลิตภัณฑ์มะม่วงแช่อิ่ม

ที่มา: http://www.phanchalee.go.th/news_detail.php?id=23649



ภาพผลิตภัณฑ์ซอสมะม่วง

ที่มา: http://www.phanchalee.go.th/news_detail.php?id=23649

ภาคผนวก ข แนวคำถามในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์

รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป
อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก.....

อาชีพ

วันเดือนปี ที่สัมภาษณ์

กลุ่มหน่วยงานภาครัฐในการดูแลส่งเสริมด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูป

- หน่วยงาน/องค์กรของท่านมีวิธีส่งเสริมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้แก่กลุ่มเกษตรกรแปรรูปอย่างไร
- หน่วยงาน/องค์กรของท่านมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปแก่บุคคลภายนอกอย่างไร
- หน่วยงาน/องค์กรของท่านมีการชักจูงเกษตรกรเพื่อมาผลิตมะม่วงแปรรูปอย่างไร (การใช้สื่อต่าง ๆ / การใช้สื่อบุคคล / ประชุมกลุ่ม)

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

- หน่วยงาน/องค์กรของท่านมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตมะม่วงแปรรูปแก่เกษตรกร หรือไม่ อย่างไร
- หน่วยงาน/องค์กรของท่านมีการประชาสัมพันธ์การนำเทคโนโลยีมาเพื่อการผลิตมะม่วงแปรรูปแก่กลุ่มเกษตรกรหรือไม่ อย่างไร

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

- หน่วยงาน/องค์กรของท่านมีการกระตุ้นให้เกษตรกรให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาที่มีอยู่หรือไม่ อย่างไร
- หน่วยงาน/องค์กรท่านมีส่วนร่วมสร้างส่วนร่วมกับเกษตรกรมะม่วงแปรรูปอย่างไร
- หน่วยงาน/องค์กรของท่านมีการสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปกับเกษตรกรอย่างไร
- หน่วยงาน/องค์กรของท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

แบบสัมภาษณ์
รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป
อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก

อาชีพ

วันเดือนปี ที่สัมภาษณ์

กลุ่มผู้นำชุมชนในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในชุมชน

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ท่านมีวิธีการสื่อสารในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้แก่กลุ่มเกษตรกรแปรรูปอย่างไร
- ท่านมีการชักจูงเกษตรกรเพื่อมาผลิตมะม่วงแปรรูปอย่างไร (การใช้สื่อต่าง ๆ / การใช้สื่อบุคคล / ประชุมกลุ่ม)

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ปัจจุบันการผลิตมะม่วงแปรรูปเป็นอย่างไร มีความแตกต่างกับอดีตหรือไม่ อย่างไร
 - ท่านได้รับความรู้ในการเผยแพร่เทคโนโลยีการผลิตมะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร
 - ท่านมีการนำเทคโนโลยีมาเพื่อการผลิตมะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร
 - ท่านมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตมะม่วงแปรรูปแก่เกษตรกรหรือไม่ อย่างไร
 - ท่านมีการประชาสัมพันธ์การนำเทคโนโลยีมาเพื่อการผลิตมะม่วงแปรรูปไปยังกลุ่มใดบ้าง
- ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วง

แปรรูป

- ท่านมีการกระตุ้นให้เกษตรกรให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาที่มีอยู่หรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีการสร้างส่วนร่วมกับเกษตรกรมะม่วงแปรรูปอย่างไร
- ท่านมีการสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปกับเกษตรกรอย่างไร
- ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

แบบสัมภาษณ์
รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป
อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก

อาชีพ

วันเดือนปี ที่สัมภาษณ์

กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านมะม่วงแปรรูปในการส่งเสริมและให้ความรู้ในด้านการผลิตมะม่วงแปรรูป

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ท่านมีวิธีการสื่อสารในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปให้แก่กลุ่มเกษตรกรแปรรูปอย่างไร
- ท่านมีการชักจูงเกษตรกรเพื่อมาผลิตมะม่วงแปรรูปอย่างไร (การใช้สื่อต่าง ๆ / การใช้สื่อบุคคล / ประชุมกลุ่ม)

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ท่านมีขั้นตอนในการเผยแพร่เทคโนโลยีการผลิตมะม่วงแปรรูปอย่างไร
- ท่านมีการนำเทคโนโลยีมาเพื่อการผลิตมะม่วงแปรรูปในรูปแบบใดบ้าง อย่างไร

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วง

แปรรูป

- ท่านมีการกระตุ้นให้เกษตรกรให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาที่มีอยู่หรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีการสร้างส่วนร่วมกับเกษตรกรมะม่วงแปรรูปอย่างไร
- ท่านมีการสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปกับเกษตรกรอย่างไร
- ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

แบบสัมภาษณ์
รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป
อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก

อาชีพ

วันเดือนปี ที่สัมภาษณ์

กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมะม่วงแปรรูปในตำบลพิชิต

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ท่านได้รับการสื่อสารในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร
- ท่านได้รับการชักจูงเพื่อมาผลิตมะม่วงแปรรูปในรูปแบบอื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร (การใช้สื่อต่าง ๆ / การใช้สื่อบุคคล / ประชุมกลุ่ม)

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ปัจจุบันการผลิตมะม่วงแปรรูปเป็นอย่างไร มีความแตกต่างกับอดีตหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีจุดเริ่มต้นในการผลิตมะม่วงแปรรูปตั้งแต่เมื่อไหร่ อย่างไร และนานเท่าไร
- ท่านมีสินค้าใดบ้างที่ผลิตมาจากมะม่วงแปรรูป
- ท่านได้รับความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตมะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร
- ท่านได้รับการประชาสัมพันธ์การนำเทคโนโลยีมาเพื่อการผลิตมะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ปัจจุบันความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ผลิตมะม่วงแปรรูปเป็นอย่างไร
- ท่านมีการส่วนร่วมกับการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีการสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปภายในกลุ่มเกษตรกรหรือไม่ อย่างไร
- ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

แนวคำถามการสนทนากลุ่ม
รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป
อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก

อาชีพ

วันเดือนปี ที่สัมภาษณ์

กลุ่มตัวแทนของผู้ให้ข้อมูลหลักจาก กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ค้าส่งมะม่วงแปรรูป โดยกำหนดคัดเลือกตัวแทนผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group)

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ท่านคิดว่าการสื่อสารเป็นสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีวิธีการสื่อสารในการพัฒนานวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปอย่างไร
- ปัจจุบันการสื่อสารของแต่ละกลุ่มเป็นอย่างไร

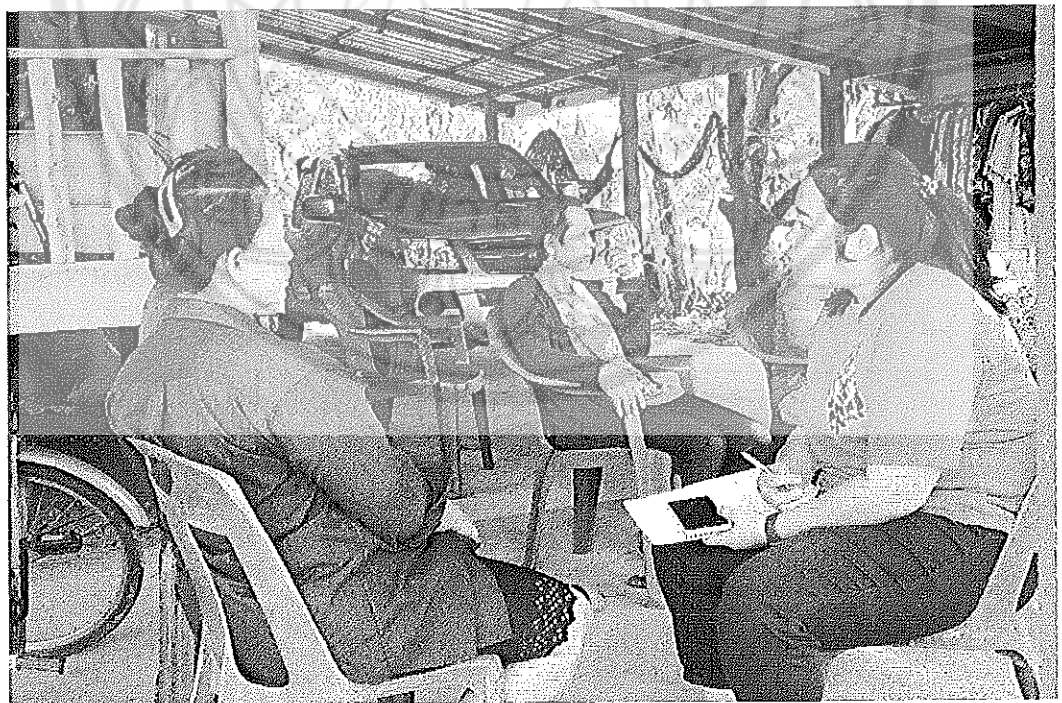
ประเด็นคำถามเกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ท่านมีการผลิตมะม่วงแปรรูปตั้งแต่เมื่อไหร่
- ในปัจจุบันการผลิตมะม่วงแปรรูปแตกต่างจากในอดีตหรือไม่ อย่างไร
- ท่านได้รับการส่งเสริมในการนำเทคโนโลยีมาเพื่อการพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูป

- ท่านมีวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกันหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจุบันผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปได้จำหน่ายไปที่ไหนบ้าง
- มีปัญหาของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการผลิตมะม่วงแปรรูปหรือไม่ อย่างไร

ภาคผนวก ค ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยการสัมภาษณ์
ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก



ภาคผนวก ง ภาพการเข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นต่อร่างรูปแบบการสื่อสาร
เพื่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตมะม่วงแปรรูปในชุมชนตำบลพันชาติ

