

การใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน Using innovative communication to establishes cooperation in sustainable community economic development

วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล¹, ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน², กานต์ บุญศิริ³

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าทบทวนองค์ความรู้ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดในการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนโดยใช้การทบทวนวรรณกรรมตาม แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและแนวคิดนวัตกรรมการสื่อสารและการแพร่กระจายนวัตกรรมของ เอฟเวอร์เรท เอ็ม โรเจอร์ ผลการศึกษา พบว่าการใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนมี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) นวัตกรรมการสื่อสาร (2) สื่อหรือช่องทางที่ใช้ (3) เวลาในการเผยแพร่ นวัตกรรมการสื่อสาร (4) ระบบสังคม และ (5) การยอมรับและใช้นวัตกรรมการสื่อสาร

คำสำคัญ : นวัตกรรมการสื่อสาร ความร่วมมือ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน การแพร่กระจายนวัตกรรม

Abstract

This article presents the results of the cognitive review studying. The objective is to present the concept of building cooperation in sustainable community economic development using a review of the literature according to "The concept of communication theory for development" and "Diffusion of innovation" of Everett M. Rogers' innovative concepts. The results of this study found. The sustainable community economic development must use the participation of the people in their community to cooperation for the development. Communication was used to create the participation, it might use innovative communication whereas it comprises five factors, e.g. [1] Innovative Communication [2] Media or Channel [3] Time to Diffusion [4] Social System [5] Adoption and Uses.

Keyword: Innovative communication, Cooperate, Community economic development, Diffusion of innovation.

บทนำ

พระบรมราชาโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 พระราชทานแก่พัฒนากร ในวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ.2508 ความว่า

“ขอบใจมาก ที่ต้องเห็นัดเหนื่อยทำงานในหมู่บ้านชนบท และต้องประสบปัญหาต่าง ๆ มากมาย ขอให้ช่วยกันพัฒนาคนให้มีความฉลาด สามารถช่วยตนเองได้ ในการแนะนำส่งเสริมอาชีพ หรือให้คำแนะนำเรื่องต่าง ๆ ต้องทำให้บ่อย ๆ ไม่ใช่พูด หรือทำหนเดียว ขอให้ช่วย แนะนำชาวบ้าน ราษฎร ให้ขยันขันแข็ง

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

² รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

³ อาจารย์ ดร. สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

มีความฉลาด สร้างความมั่นคงให้แกครอบครัว ทำงานหารายได้และเก็บออม เมื่อถึงคราวจำเป็น ความมั่นคงของประชาชนในชนบทเป็นส่วนหนึ่งที่จะสร้างชาติและป้องกันประเทศเป็นอย่างดี ขอบใจ ขอให้สบายดี โชคดีทุกคนและมีความสำเร็จในการทำงาน” (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561)

พระบรมราโชวาทดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของชุมชนที่มีต่อประเทศชาติ เนื่องจากหากชุมชนได้รับการพัฒนาจนเกิดความเข้มแข็ง ย่อมส่งผลไปยังการพัฒนาประเทศชาติด้วยเช่นกัน อีกทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564) ก็ยังให้ความสำคัญของการพัฒนาชุมชน ดังนั้นกรมพัฒนาชุมชนจึงกำหนดให้ปี 2560 เป็นปีขับเคลื่อนวาระกรมการพัฒนาชุมชน เพื่อมุ่งมั่นและพร้อมขับเคลื่อน สัมมาชีพชุมชนเข้มแข็งภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อก้าวไปสู่ “เศรษฐกิจครัวเรือนมีความมั่นคง ประชาชนใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนอย่างมีความสุข” ตามแผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2561 – 2564 (กรมการพัฒนาชุมชน, 2560, หน้า 6)

ปัจจุบันรัฐบาลให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อเป็นฐานรองรับการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมพร้อมกันทุกด้าน (ประทีป มากมิตร และอารีย์ สุขสวัสดิ์, 2560, หน้า 96) และจากการที่ชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและมีความสำคัญดังที่กล่าวมา ผู้เขียนจึงมีความคิดเห็นว่าหากจะดำเนินการพัฒนาชุมชนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจนั้น ผู้พัฒนาจำเป็นต้องทำการศึกษาทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนและรอบด้าน ทั้งองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจชุมชนและบริบทของชุมชน วัฒนธรรมชุมชน ปัญหาในชุมชน การพัฒนา กระบวนการสื่อสาร และความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่นนี้แล้วจึงจะทำให้ผู้พัฒนาสามารถนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปผสมผสานและพัฒนาจนสามารถสร้างเป็นนวัตกรรมสื่อสารแล้วนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนได้ในท้ายที่สุด

ชุมชนในมุมมองของการสื่อสาร

คำว่า “ชุมชน” ถูกนำมาใช้อย่างเป็นทางการในปี พ.ศ.2505 (ณัฐวุฒิ ทรัพย์อุปลัมภ์, 2558, หน้า 37) โดยกรมการพัฒนาชุมชน (2526, หน้า 77) ให้ความหมายว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่มีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน และสามารถดำเนินงานกิจกรรมใด ๆ เพื่อประโยชน์ร่วมกันได้ ส่วน Cambridge Advanced Learner’s Dictionary (2003) ได้ให้ความหมายว่า “ชุมชน” หมายถึง กลุ่มคนหรือกลุ่มครอบครัวที่อยู่อาศัยร่วมกันในพื้นที่ใด ๆ โดยที่กลุ่มคนเหล่านี้ต่างทำงานร่วมกัน ใช้สิทธิและเป็นเจ้าของพื้นที่และผลประโยชน์ต่าง ๆ ร่วมกัน จนทำให้เกิดพื้นฐานทางความคิดและความเชื่อ ตลอดจนมีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมร่วมกันคล้ายกับว่ากลุ่มคนเหล่านี้เป็นหนึ่งเดียวกันทั้งชุมชน (As a Unit) สอดคล้องกับ เนลสัน, แรมเซย์ และ เวอร์เนอร์ (Nelson, Ramsey & Verner อ้างถึงใน ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์) ให้ความหมายไว้ว่า “ชุมชน” หมายถึง กลุ่มคนซึ่งมีความสัมพันธ์กันในอาณาเขตหนึ่ง ๆ ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (Interaction) ส่วนซึ่งความหมายของชุมชนทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วนั้น เป็นความหมายในมุมมองทางสังคมวิทยาทั้งสิ้น

หากพิจารณาในมุมมองด้านการสื่อสารนั้น กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543, หน้า 7) ได้ให้ความหมายว่า “ชุมชน” หมายถึง หน่วยทางสังคมที่สมาชิกมีการติดต่อสื่อสารกันและมีทั้งความเคลื่อนไหวปรับตัว ความขัดแย้งและการผสมผสานกลมกลืนและดำรงอยู่ในความสัมพันธ์กับชุมชนอื่น ๆ และยังมีความสัมพันธ์กับรัฐและตลาดด้วยเช่นกัน โดยในมิติของการสื่อสารจะอธิบายความหมายชุมชนในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชนโดยที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเฉพาะที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เพียงอย่างเดียว (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2557, หน้า 25) ซึ่งในความหมายเช่นนี้ ก็ยังสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารนั้นเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและยังเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่มีส่วนในการขับเคลื่อนชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาด้วยเช่นกัน

ดังนั้นเมื่อนำมุมมองทั้งด้านสังคมวิทยาและการสื่อสารมาผสมผสานกัน สามารถสรุปความหมายของชุมชนได้ว่า หมายถึง กลุ่มคนจำนวนหนึ่งทางสังคมที่ใช้ชีวิตร่วมกันในบริเวณพื้นที่เดียวกันหรือต่างกันและมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม มีการติดต่อสื่อสารและมีการดำเนินชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมอย่างเดียวกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการที่จะอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขภายใต้เศรษฐกิจที่ดี แต่อย่างไรก็ตามการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนเพื่อให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีอาจจะไม่ใช่เรื่องที่สามารถดำเนินการได้โดยปราศจากปัญหาและอุปสรรค ดังนั้นผู้พัฒนาจำเป็นต้องศึกษาปัญหาต่าง ๆ ภายในชุมชนให้ชัดเจน เพื่อให้รู้ว่ามีปัญหาใดบ้างที่อาจเป็นอุปสรรคในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

“เศรษฐกิจ” หมายถึง กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิต การบริโภค การกระจายผลผลิตและการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น ๆ ดังนั้น “เศรษฐกิจชุมชน” หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งจะเป็นเรื่องของการประกอบอาชีพ การทำมาหากิน การจับจ่ายใช้สอยของครอบครัวต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกัน (ขวัญกมล ดอนขวา, 2555, หน้า 1) และหากมองในมิติของการสื่อสาร “เศรษฐกิจชุมชน” ก็คือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจฯ ของคนที่อยู่พื้นที่เดียวกันหรือต่างพื้นที่กันแต่มีการติดต่อสื่อสารกันอยู่เป็นประจำนั่นเอง ส่วนคำว่า “การพัฒนา” ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2543, หน้า 2-6) อธิบายไว้ว่า การพัฒนามีลักษณะเป็นกระบวนการ (Process) มีองค์ประกอบของเรื่องชีวิตที่สำคัญและต้องผสมผสานระหว่าง การเปลี่ยนแปลงในทางบวก (Positive Changing) การควบคุมทิศทางของการเปลี่ยนแปลงได้ (Control the direction) และ ผลของการพัฒนานั้นต้องเกิดความเสมอภาค (Equity) ในขณะที่ยูวัฒน์ วุฒิเมธี (2534, หน้า 4) อธิบายว่า การพัฒนาเป็นเสมือนวิธีการที่ทำให้เกิดผลที่ต้องการ นั่นคือทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนมีความสุข ความสะดวกสบายมีความอยู่ดีกินดีซึ่งก็หมายถึงการมีสภาพเศรษฐกิจที่ดี ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า “การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน” จึงหมายถึง กระบวนการที่นำมาใช้เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนโดยทำให้เกิดผลในทางบวก เพื่อทำให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันเพราะการที่คนในชุมชนจะมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้นั้น เศรษฐกิจในชุมชน ก็จะต้องดีด้วยเช่นกัน

ปัญหาที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

การเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมมาสู่สังคมอุตสาหกรรมภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ.2303 เป็นต้นมา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเกษตรกรรม การผลิต เศรษฐกิจ การคมนาคม และเทคโนโลยี เกิดเป็นปัญหาต่อการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนไม่ว่าจะเป็นระดับโลก ระดับประเทศ จนลงมาถึงระดับชุมชน เพราะการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของผู้คนในท้องถิ่นต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลาทำให้แต่ละชุมชนเกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม เกิดความหลากหลายทางประชากรที่อาจมีทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยของรัชฎากร วินิจกุล (2559, หน้า 62) พบว่า วัฒนธรรมและทัศนคติก็เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยเช่นกัน ซึ่งยังสอดคล้องกับ นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn, 1971, p.71) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก และ ความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอดี ๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมเช่นเดียวกัน

ดังนั้น ในนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่นำเสนอโดยภาครัฐหรือโดยผู้นำชุมชนเอง ก็อาจจะมีทั้งคนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนา

เศรษฐกิจชุมชนทั้งสิ้น เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้พัฒนาจำเป็นต้องสร้างการมีส่วนร่วมและความร่วมมือของคนในชุมชนให้เกิดขึ้นให้ได้ โดยที่ผู้พัฒนาต้องทำการสื่อสารไปยังกลุ่มคนเหล่านั้นเพื่อให้เกิดการเห็นด้วยและยอมรับกับนโยบายต่าง ๆ จนนำไปสู่การให้ความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนนั่นเอง

การสื่อสารกับการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ในปัจจุบัน ประเทศไทยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560 – 2564 ซึ่งได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 – 11 โดยการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้จัดทำบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศและมีเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศ นอกจากนี้ก็ยังได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” เพื่อให้สามารถพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าต่อไปเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559, หน้า 2)

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เป็นไปอย่างยั่งยืนนั้น ย่อมต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนภายในชุมชนนั้น ๆ อย่างเต็มที่ อีกทั้งความร่วมมือที่เกิดขึ้นจะแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาที่ชัดเจน โดยที่ นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2550, หน้า 25) กล่าวว่า “การมีส่วนร่วม” หมายถึง การเกี่ยวข้องด้านจิตใจและอารมณ์ ของบุคคลในสังคมหรือชุมชนนั้น ๆ ซึ่งส่งผลให้ทำการให้บรรลุจุดหมายของกลุ่มนั้น อีกทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนยังเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชน ในชุมชนได้เข้ามาร่วมคิด ร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบ ในทุกขั้นตอน ทั้งร่วมคิด ร่วมวางแผนร่วมปฏิบัติงาน ร่วมประเมินผลและร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ดังนั้นหากชุมชนใด ๆ ต้องการบรรลุวัตถุประสงค์ในการที่จะอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ชุมชนนั้น ๆ จำเป็นต้องสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการที่จะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจภายในชุมชนให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นในระยะยาว

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องใช้กระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพราะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยทำให้คนในชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจในนโยบายนั้น ๆ จนเกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในที่สุด ดังนั้น การสื่อสารจึงมีบทบาทที่สำคัญเพราะจะเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้คนภายในชุมชนตระหนักถึงความร่วมมือเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงและการสื่อสารก็จะเป็นทั้งตัวชี้วัดระดับการพัฒนาและเป็นปัจจัยสำคัญกำหนดการพัฒนา (บุษบา สุธีธร, 2555, หน้า 8) รวมทั้งการพัฒนากระบวนการสื่อสารก็ยังถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบสังคมส่วนรวมทั้งหมดด้วยเช่นกัน เพราะระบบการสื่อสารจะเป็นทั้งเครื่องชี้วัดและตัวแทนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบบสังคมใหญ่ทั้งหมดและเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสังคม (Millikan, 1967, p.3)

แนวคิดนวัตกรรมการสื่อสารและการแพร่กระจายนวัตกรรม

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน การสื่อสารมีบทบาทและความสำคัญอย่างมากเพราะถูกใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนในทุกภาคส่วนของสังคม (จอห์น นพดล วศินสุนทร, 2563) ซึ่งหากมองย้อนกลับไปในสมัยโบราณรูปแบบหรือระบบการสื่อสารจะเป็นการติดต่อกันด้วยคำพูดหรือโดยปากเปล่า (Oral Communication) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารภายในชุมชนจะถูกจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มบุคคลภายในชุมชนจำนวนไม่มากนัก และผู้ทำหน้าที่สื่อสารมักเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมและมีความชำนาญด้านนี้โดยตรง ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาไปจนเกิดการหลอมรวมสื่อจนกลายเป็นสื่อใหม่ทำให้ผู้ใช้ยอมรับและนิยมใช้เพื่อความสะดวก

อย่างสมบูรณ์รอบด้านและยังเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่เอื้อประโยชน์ให้ผู้คนในสังคมหรือชุมชนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวก ช่วยให้การแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อชุมชนสามารถกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการที่ชุมชนแต่ละชุมชนประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันในด้านลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม รายได้ การศึกษา ศาสนา รวมทั้งสถานภาพสมรส ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนมีผลต่อพฤติกรรม การรับรู้ การตีความและการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น และความแตกต่างดังที่กล่าวมานี้เมื่อนำมาเชื่อมโยงกับพฤติกรรมการสื่อสาร ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้อธิบายไว้ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย โดยที่บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกันโดยจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน ดังนั้นคนในชุมชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันก็ย่อมจะมีการเปิดรับสื่อและเลือกรับสารที่แตกต่างกันไปตามความสนใจของตนเอง การสื่อสารไปยังผู้คนในชุมชนเพื่อสร้างความร่วมมือในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน อาจจะต้องสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละชุมชนขึ้นมาใช้เพื่อสื่อสารไปยังผู้คนในชุมชนนั้น ๆ จึงจะช่วยให้การสื่อสารภายในชุมชนสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ นวัตกรรมการสื่อสารที่สร้างขึ้นมานอกจากจะสามารถสร้างความร่วมมือในการพัฒนาแล้ว ยังต้องเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่สามารถก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสื่อสารด้วยเช่นกัน ซึ่งระดับของการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนั้น มี 3 ระดับ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร และการมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2548, หน้า 175-176)

หากจะกล่าวถึงคำว่า “นวัตกรรม” โดยทั่วไปผู้คนในสังคมมักจะนึกถึงสิ่งประดิษฐ์ หรือเทคโนโลยีที่เป็นรูปธรรมสามารถจับต้องได้ ดังนั้น เมื่อเรากล่าวถึงนวัตกรรมการสื่อสาร ผู้คนจะนึกถึงเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน หรือ คอมพิวเตอร์ ตลอดจนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งในความเป็นจริงนั้น นวัตกรรมไม่ได้หมายความถึงเฉพาะสิ่งที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้เท่านั้น ดังที่ Max Mc Keown (2008, p.3) อธิบายว่า “นวัตกรรม” หมายถึง การทำงานสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีใหม่ ๆ และยังสามารถหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการหรือองค์กร โดยการเปลี่ยนนั้นอาจจะเกิดขึ้นจากการ การเปลี่ยนแปลงทั้งหมดหรือการพัฒนาต่อยอด ทั้งนี้ มักมีการแยกแยะความแตกต่างอย่างชัดเจน ระหว่างการประดิษฐ์คิดค้น ความคิดริเริ่มและนวัตกรรม อันหมายถึงความคิดริเริ่มที่นำมาประยุกต์ใช้อย่างสัมฤทธิ์ผล ซึ่ง (Rogers Everett M., 1995 อ้างถึงใน คันธพจน์ ศรีสถิตย์) อธิบายว่า “นวัตกรรม” หมายถึง ความคิด การกระทำหรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม ส่วน กฤษมันต์ วัฒนานรงค์ (2536, หน้า 86) ให้ความหมายว่า “นวัตกรรม” หมายถึง ความคิดใหม่ เทคนิควิธีการใหม่ หรือสิ่งใหม่ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า นวัตกรรม ไม่จำเป็นต้องมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ แต่นวัตกรรมยังหมายถึง วิธีการ กระบวนการทางความคิดใหม่ ๆ ดังนั้น นวัตกรรมการสื่อสารจึงไม่ใช่เพียงแค่การประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยเพียงอย่างเดียว นวัตกรรมการสื่อสารยังหมายถึง การสร้างรูปแบบใหม่ วิธีการใหม่ ความคิดใหม่ในการสื่อสารที่ยังไม่เคยใช้มาก่อน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีการสื่อสารให้เข้ากับบริบททางการสื่อสารเพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดจนเกิดเป็นนวัตกรรมการสื่อสารซึ่งจะสามารถทำให้เกิดการรวมตัวกันทางสังคมแบบใหม่ (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2557, หน้า 25) แต่อย่างไรก็ตามเมื่อทัศนคติที่แตกต่างกันอาจมีผลต่อการมีส่วนร่วมและความร่วมมือภายในชุมชน นวัตกรรมการสื่อสารที่ใช้ อาจจะต้องใช้ระยะเวลา ผู้คนในชุมชนจึงเกิดการเข้าใจและยอมรับ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดหลักของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) โดยที่ Rogers Everett M. (1995, pp.36-37) อธิบายไว้ว่า

เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสารหรือพฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่กลุ่มบุคคลอื่นโดยกว้างขวางส่งผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้นอันมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในที่สุด และกระบวนการเผยแพร่นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามแนวคิดทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมจะมี 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. นวัตกรรมการสื่อสาร (Innovative Communication) หมายถึง วิธีการและกระบวนการสื่อสารที่ผ่านการศึกษาวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งรอบด้านในทุกมิติของกระบวนการสื่อสาร จนเกิดเป็นรูปแบบ วิธีการใหม่ในการสร้างสาร การประยุกต์ใช้สื่อหรือเทคโนโลยีสื่อที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละบริบทของการสื่อสารในแต่ละชุมชน ตลอดจนมีความเหมาะสมกับผู้รับสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารที่จะส่งผลให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

2. ช่องทางหรือสื่อที่ใช้ (Media) หมายถึง ช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่นวัตกรรมการสื่อสารรวมทั้งสื่อที่ใช้ในนวัตกรรมการสื่อสารที่ถูกสร้างขึ้นไม่ว่าจะเป็นเสียงตามสายภายในชุมชน สื่อบุคคล เช่น ผู้นำชุมชน โดยการวางแผนการใช้สื่อเหล่านี้จะถูกวิเคราะห์อยู่บนแนวคิดการรู้ในการสื่อสารเช่นกัน

3. ช่วงเวลาในการแพร่กระจาย (Time) หมายถึง ระยะเวลาที่นวัตกรรมการสื่อสารที่สร้างขึ้นมาถูกนำมาใช้ ซึ่งในแต่ละชุมชนอาจจะใช้ระยะเวลาที่แตกต่างกันในการยอมรับและมีส่วนร่วมในการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร

4. ระบบสังคม (Social System) หมายถึง เป็นระบบสังคมที่ประกอบไปด้วยวัฒนธรรมของคนในสังคมหรือชุมชนนั้น ๆ ฐานะทางเศรษฐกิจ ตลอดจนทัศนคติของคนในสังคมหรือชุมชนโดยรวม การศึกษา เศรษฐกิจ ฯลฯ

5. การยอมรับ (Adoption) หมายถึง การที่ผู้คนในชุมชนนั้นๆ เกิดการรับรู้และเข้าใจในนวัตกรรมการสื่อสารจนเกิดความเชื่อมั่นและเกิดการมีส่วนร่วมและใช้นวัตกรรมการสื่อสารนั้นในการสร้างการประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นอย่างยั่งยืน

การยอมรับนวัตกรรมการสื่อสารของแต่ละชุมชนนั้น สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิด “กระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรม” โดยที่ Rogers. ได้อธิบายไว้ว่า ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ ได้แก่

1. ชั้นหาความรู้ (Knowledge) หมายถึง การที่บุคคลในชุมชนนั้นๆ ได้รับรู้ว่ำนวัตกรรมการสื่อสารมีอยู่และกำลังทำความเข้าใจว่าเป็นอย่างไร โดยในชั้นนี้ความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการสื่อสารจะถูกแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1.1 ความรู้ที่ทำให้เกิดการตื่นตัว หมายถึง ความรู้ที่ทำให้รู้จักเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารนั้น ๆ ว่าทำหน้าที่อะไร

1.2 ความรู้ในวิธีการใช้นวัตกรรม หมายถึง ความรู้ที่ได้จากการติดต่อประสานงานกับผู้สร้างและเผยแพร่นวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งช่วยให้ใช้นวัตกรรมฯได้อย่างถูกต้อง ซึ่งหากขาดความรู้ในด้านนี้ก็อาจจะทำให้เกิดการปฏิเสธนวัตกรรมก็เป็นได้

1.3 ความรู้เกี่ยวกับหลักการ หมายถึง ความรู้ถึงที่มาและวัตถุประสงค์ของนวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งจะช่วยให้นวัตกรรมการสื่อสารนี้สัมฤทธิ์ผล

2. ชั้นโน้มน้าวใจ (Persuasion) หมายถึง การที่บุคคลในชุมชนมีทัศนคติต่อนวัตกรรมการสื่อสาร ได้แก่ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ โดยหากเกิดความไม่พึงพอใจบุคคลฯจะมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมและจะทำการประเมินผลของนวัตกรรมการสื่อสารนั้น โดยอาจจะอาศัยข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้เคียง ทัศนคติที่เกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารของคนในชุมชนอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ทศนคติเฉพาะที่มีต่อนวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งหมายถึง ความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีต่อนวัตกรรมการสื่อสารที่นำมาใช้ เช่น อาจคิดว่ายุ่งยากต่อการเข้าถึง ซึ่งหากมีทศนคติเช่นนี้ก็จะทำให้เกิดการปฏิเสธนวัตกรรมการสื่อสารก็เป็นได้ หรือ อาจคิดว่าเป็นระบบการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายก็จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมการสื่อสารนั้น ๆ

2.2 ทศนคติทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งหมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นภายหลังจากนวัตกรรมการสื่อสารถูกนำมาใช้ ตัวอย่างเช่น มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งหากบางคนยังไม่มีอุปกรณ์ที่สามารถใช้แอปพลิเคชันไลน์ เช่น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต ก็อาจจะต้องซื้อหรือจัดหาอุปกรณ์เหล่านั้น ซึ่งทำให้มีภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าวย่อมส่งผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมการสื่อสารได้เช่นกัน ดังนั้น ผู้สร้างนวัตกรรมการสื่อสารต้องไม่ละเลยในประเด็นนี้

3. ขั้นตอนการตัดสินใจ (Decision) ซึ่งมี 2 ลักษณะคือ การยอมรับและใช้นวัตกรรมการสื่อสาร และการไม่ยอมรับนวัตกรรมการสื่อสารนั้น เช่น การตัดสินใจเข้าร่วมในการคิด นำเสนอ ในการแก้ไขปัญหา ในการใช้ประโยชน์ ในกิจกรรมต่างๆ เพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้นวัตกรรมการสื่อสารในการสร้างความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เป็นต้น

4. ขั้นตอนการนำนวัตกรรมการสื่อสารไปใช้ (Implementation) หมายถึง ขั้นที่บุคคลในชุมชนทดลองใช้นวัตกรรมการสื่อสารในสถานการณ์ของตนเอง เพื่อให้เห็นว่ามิประโยชน์ทั้งต่อตนเองและต่อชุมชนเพียงพอ เช่น สื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ เข้าใจ ตระหนักรู้ ในปัญหาและอุปสรรค หรือแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จนเกิดการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เป็นต้น

5. ขั้นตอนการยืนยัน (Confirmation) หมายถึง การที่บุคคลในชุมชนค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจใช้นวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งอาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามก็เป็นได้ หากข้อมูลใหม่ขัดแย้งกับข้อมูลเดิม ขั้นตอนการยืนยันการใช้นวัตกรรมการสื่อสารจะเกิดขึ้นหลังจากเกิดการตัดสินใจไปในระยะเวลาหนึ่งและในขั้นนี้บุคคลใกล้ชิดภายในชุมชน และผู้นำชุมชนจะเป็นผู้ที่มีบทบาทมาก

บทสรุป

การใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน สามารถสรุปได้ดังนี้

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนมีความสำคัญต่อประเทศเพราะการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเช่นกัน และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เป็นไปอย่างยั่งยืนนั้น ย่อมต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนและใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อให้เกิดการให้ความร่วมมือแต่อย่างใดก็ดี ในแต่ละชุมชนย่อมประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันในด้าน เพศ อายุ สถานภาพทางสังคม รายได้ การศึกษา ศาสนา รวมทั้งสถานภาพสมรส ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนมีผลต่อพฤติกรรม การรับรู้ การตีความและการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น ดังนั้นผู้พัฒนาจำเป็นต้องใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถดำเนินการได้โดยผู้ทำการพัฒนาต้องสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละชุมชนขึ้น จึงจะช่วยให้การสื่อสารภายในชุมชนนั้นสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และการสร้างนวัตกรรมการสื่อสารจะประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) นวัตกรรมการสื่อสาร (Innovative Communication) หมายถึง วิธีการและกระบวนการสื่อสารที่ผ่านการศึกษาวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งรอบด้านในทุกมิติของกระบวนการสื่อสาร โดยนำมาใช้เพื่อให้ชุมชนตระหนักถึงบริบทของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยสามารถสังเกตเห็นถึงประเด็นที่เกิดขึ้นง่ายเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีอยู่ก่อน โดยที่

นวัตกรรมการสื่อสารจะมีกระบวนการสื่อสารที่ง่ายและสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล 2) ช่องทางหรือสื่อที่ใช้ (Media) หมายถึง ช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารรวมทั้งสื่อที่ใช้ในนวัตกรรมการสื่อสารที่ถูกสร้างขึ้น ซึ่งเป็นการใช้สื่อทุกรูปแบบเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจจนเกิดทัศนคติและการสื่อสารระหว่างบุคคลในบริบทปัญหาที่เกิดขึ้น 3) ช่วงเวลาในการแพร่กระจาย (Time) หมายถึง ระยะเวลาที่นวัตกรรมการสื่อสารที่สร้างขึ้นมาถูกนำมาใช้ ซึ่งในแต่ละชุมชนอาจจะใช้ระยะเวลาที่แตกต่างกันและ ในช่วงเวลาจะเป็นช่วงเวลา ที่สร้างความรู้และสร้างความสนใจของชุมชนให้ตระหนักถึงประเด็นปัญหาหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างแรงสนับสนุนการตัดสินใจในการให้ความร่วมมือในการพัฒนาชุมชน 4) ระบบสังคม (Social System) หมายถึง เป็นระบบสังคมที่ประกอบไปด้วยวัฒนธรรมของคนในสังคมหรือชุมชนนั้น ๆ ฐานะทางเศรษฐกิจ ตลอดจนทัศนคติของคนในสังคมหรือชุมชนโดยรวม การศึกษา เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม ฯลฯ ต่างกันย่อมมีผลต่อการใช้นวัตกรรมการสื่อสารในรูปแบบที่ต่างกัน และ 5) การยอมรับ (Adoption) หมายถึง การที่ผู้คนในชุมชนนั้น ๆ เกิดการรับรู้และเข้าใจในนวัตกรรมการสื่อสารจนเกิดความเชื่อมั่นและเกิดการประสานความร่วมมือขึ้นในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

โดยมีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมการสื่อสารของแต่ละชุมชนนั้น ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นหาความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วยความรู้ใน 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความรู้ที่ทำให้เกิดการตื่นตัว ทำให้รู้จักเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสาร (2) ความรู้ในวิธีการใช้นวัตกรรมที่ถูกต้อง และ (3) ความรู้เกี่ยวกับหลักการ ที่มาและวัตถุประสงค์ของการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร

2) ขั้นโน้มน้าวใจ (Persuasion) เพื่อให้บุคคลในชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรมการสื่อสาร 2 ด้าน ได้แก่ (1) ทัศนคติเฉพาะที่มีต่อนวัตกรรมการสื่อสาร (2) ทัศนคติทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ภายหลังจากการใช้นวัตกรรมการสื่อสาร

3) ขั้นการตัดสินใจ (Decision) ซึ่งมี 2 ลักษณะคือ การยอมรับและใช้นวัตกรรมการสื่อสาร และการไม่ยอมรับนวัตกรรมการสื่อสาร

4) ขั้นการนำนวัตกรรมการสื่อสารไปใช้ (Implementation) คือขั้นที่บุคคลในชุมชนทดลองใช้นวัตกรรมการสื่อสารในสถานการณ์ของตนเอง เพื่อให้เห็นว่ามีประโยชน์ทั้งต่อตนเองและต่อชุมชน

5) ขั้นการยืนยัน (Confirmation) คือ ขั้นที่บุคคลในชุมชนค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจใช้นวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งอาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามก็เป็นได้

ทั้งนี้ การใช้นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนนั้น จะสัมฤทธิ์ผลเพียงใดและจะสามารถสร้างความร่วมมือได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ทำการสื่อสารใน ฐานะผู้พัฒนาชุมชน ที่ต้องศึกษาวิเคราะห์ในทุกมิติของชุมชนที่จะทำการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทั้งในด้าน ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ตลอดจนบริบทต่าง ๆ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึง วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารที่จะใช้อย่างละเอียดรอบคอบและรอบด้าน ซึ่งจะทำให้ให้นักการสื่อสารในฐานะ ผู้พัฒนาสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่เมื่อทำการสื่อสารออกไปแล้วส่งผลให้เกิด การมีส่วนร่วมจนทำให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2548). *เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2526). *คู่มือการปฏิบัติงานพัฒนาชุมชนสำหรับนักพัฒนากร*. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- (2560). *แผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ.2560 - 2564*. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <https://nongkhai.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/70/2021/06/ยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน2560-2564.pdf>
- (2561, 24 มีนาคม). พระบรมราชโองการพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 ให้แก่พัฒนากร. [Facebook]. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/prcdd/posts/968739549948886/>
- กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. (2536). *นวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผลิตตำราเรียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงษ์, รุจิรา สุภาษา และ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2543). *สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2555). *การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* (รายงานการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- คันธพจน์ ศรีสถิตย์. (2558). *รู้จักกับ Innovation (ในสไตล์ของผม)*. เข้าถึงได้จาก <https://www.mut.ac.th/research-detail-90>
- จอห์น นพอล วคินสันทร. (2563). *กำลังสำรองเป็นกำลังทางยุทธศาสตร์ของชาติและเป็นพลังอำนาจทางทหารที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความมั่นคงของประเทศ*. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <https://Johnnopa don.blogspot.com/?fbclid=IwAR3k-FTxBrp-rI3ikyAHI4ArBfMCZcbtVEz5O50xDJ2oCbZ8I5dMQmnN2Vc>
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2556, 18 สิงหาคม). *ชุมชนและการพัฒนาชุมชน*. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.human.cmu.ac.th/home/hc/ebook/006103/lesson10/01.htm>.
- ณัฐวุฒิ ทวีชัยวัฒน์. (2558). *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.academy.rbru.ac.th/uploadfiles/books/58-2018-08-01-08-41-20.pdf>.
- ดิเรก ฤกษ์หรั่ง. (2543). *เอกสารการสอนชุดวิชาคหกรรมศาสตร์กับการพัฒนาชุมชน*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2550). *แนวคิดและแนวทางการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- บุษบา สุธีธร. (2555). *เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประทีป มากมิตร และ อารีย์ สุขสวัสดิ์. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการพัฒนาชุมชนบำเพ็ญเขตภาษีเจริญ*. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์*, 19(2), 96.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2534). *การพัฒนาชุมชนจากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: บางกอกบล็อก.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: ที.พี.พี.รินทร์.

รัชฎากร วินิจกุล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษาประชาชนในเขตพื้นที่ ตำบลคลองลานพัฒนา อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(3), 62.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2557). นวัตกรรมสื่อสังคมกับประชาคมออคติ. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า*, 1(1), 19-32.

Max Mc Keown. (2008). *The Truth About Innovation*. UK: Prentice Hall.

Millikan. (1967). The most fundamental technological change. In: Lerner and Schramm, eds., *Communication and change in the developing countries*. Honolulu, HI: East-West Center Press, 1967: 3-4

Munn Norman L. (1971). *Introduction to Psychology*. Boston: Houghton Mifflin.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*, 4th Edition. New York: Free Press.