

กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนา ความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง Community Participatory Communication Strategy for the Competitiveness in the Digital Economy of Ranong Tourism

วิโรจน์ ศรีศิริบุญ Wiroj Srihirun*

กฤษณะ เชื้อชัยนาท Krisana Chueachainat**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาและวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัล รวมทั้งเพื่อพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นประชาชนระนอง แกนนำหรือตัวแทนชุมชนระนอง นักท่องเที่ยว และนักวิชาการด้านการสื่อสารและการท่องเที่ยว รวม 37 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าประชาชนในชุมชนจังหวัดระนองมีลักษณะการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตร และสามารถพัฒนาให้แข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้โดยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เรียกว่า 3E ได้แก่ Entertainment, Education และ Economy

กลยุทธ์ที่ใช้ ได้แก่ กลยุทธ์โดยทั่วไปซึ่งควรตั้งคำถามว่า “ทำอย่างไรคนในชุมชนระนองจึงจะมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากที่สุด” และกลยุทธ์ที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งควรเน้นสื่อสารเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดระนองคือ “เมืองน้ำพุร้อนแร่ร้อน วิถีธรรมชาติท่ามกลางหุบเขาทะเล และความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณีพื้นถิ่นระนอง” โดยอาจใช้สูตร IBM ที่เป็นการบูรณาการ (Integration) ผสมผสานระหว่างน้ำใจไมตรีและการต้อนรับที่ดีอันเป็นการกลับสู่เรื่องพื้นฐาน (Back to basic) เข้ากับการมุ่งสู่อนาคต (Move to future) ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนไปพร้อม ๆ กัน

ทั้งนี้ขอเสนอแนะว่าควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารใน 2 มิติควบคู่กันไปคือ ในมิติของชาวชุมชนควรพัฒนาวิธีการนำเสนอด้วยการพูดและการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างจริงจัง และในมิติของหน่วยงาน

*, ** อาจารย์ประจำวิทยาลัยนิตยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ด้านการท่องเที่ยวต้องช่วยสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมด้วยว่าควรจัดอบรมให้ความรู้แก่ชาวบ้านในชุมชนเรื่องเศรษฐกิจดิจิทัลกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม, เศรษฐกิจดิจิทัล, การท่องเที่ยวระนอง, การพัฒนาความสามารถ

Abstract

This research aims to identify and analyze community engagement, and communication strategies so as to improve competitiveness in the digital economy era, as well as to develop and create genuine participation of the community in communication to promote tourism in Ranong province. This study used an in-depth interview method with 37 key informants of Ranong residents, leaders or representatives of Ranong community, tourists and academics in communication and tourism.

The research results showed that the most of the respondents had the opinion that the people in the communities in Ranong province have friendly tourism communication characteristics and can be developed to compete in the digital economy by promoting tourism activities called 3E, namely Entertainment, Education and Economy.

The applied strategies are: a general strategy is to ask “How to make people in Ranong communities get the most out of tourism?” The unique strategy should focus on communicating the content, that is, the identity of Ranong province: “Rae Nong Hot Springs City, Natural way of life among the mountains and the sea, and cultural diversity, local traditions” by using the IBM formula which is the integration of friendliness and hospitality, leading back to basic and moving to future by using digital technology and online social media, and simultaneously driving the communities economy.

It is recommended that the communication strategy should be concurrently in two dimensions. In the community dimension, it should develop the presentation skills in speaking and the sincere use of social media. And in the dimension of tourism agencies, there must be a supporting budget for developing tourist attractions. And there are additional comments that training should be organized to educate people in the communities on the digital economy and sustainable tourism.

Key Words: Communication Strategy, Participatory Communication, Digital Economy, Ranong Tourism, Ability Development

บทนำ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ได้เน้นเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีความต้องการเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด และระดับประเทศ รวมถึงขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ตลอดจนหน่วยงานในระดับต่าง ๆ การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นเส้นทางสู่การทำงานร่วมกัน โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

ดังนั้นทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในชุมชนจึงควรร่วมกันพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติเพื่อประชาสัมพันธ์ให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเดินทางมาเยือนอย่างสม่ำเสมอ นำมาสู่การสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ อันเป็นการพัฒนาตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นเจ้าของท้องถิ่น เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการท่องเที่ยว ดังนั้นประชาชนในชุมชนท้องถิ่นจะต้องพัฒนาตัวเองให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการและดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวในทุกมิติ โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวต้องให้มีความสมบูรณ์ควบคู่กันไปกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่อคงสภาพความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไว้ให้พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมอ

ระนองเป็นจังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันตกในเขตภาคใต้ตอนบน มีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งระบบนิเวศทางทะเล ป่าชายเลน ดินภูเขา ป่าไม้ ธารน้ำแร่ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมายและสวยงามไม่น้อยกว่าจังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ ของภูมิภาค มีทั้งชายหาดที่สวยงามและเงียบสงบ ท้องทะเลสวยใสที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรใต้น้ำ มีเกาะขนาดเล็กน้อยใหญ่กว่า 62 เกาะ แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ป่าไม้เขียวชอุ่มบริสุทธิ์ และยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อีกมากมาย อาทิเช่น สุสานเจ้าเมืองระนองและพระราชวังรัตนรังสรรค์(จำลอง) รวมทั้งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตพื้นบ้านของชาวระนองที่ปัจจุบันได้รับความสนใจจากผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

อย่างไรก็ตาม ระนองนับเป็นจังหวัดค่อนข้างใหม่ด้านการท่องเที่ยวและเป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็ก จึงยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักและยังไม่ได้ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ทางการท่องเที่ยวจากกลุ่มจังหวัดแถบทะเลอันดามันด้วยกัน หากแต่เป็นจังหวัดที่สามารถได้รับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ โดยจำเป็นต้องคำนึงถึงความสามารถในการดำรงอยู่ของชุมชนอย่างยั่งยืน กล่าวคือชุมชนรุ่นต่อไปยังสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้การพัฒนาต้องคำนึงถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหลักได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการ ด้านการผลิต และด้านการให้บริการ โดยจะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเพราะรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวจะถูกนำกลับมาใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยชุมชนเอง

จากความสำคัญของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังกล่าว รวมทั้งศักยภาพของจังหวัดระนองที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ระดับโลกทั้งในเรื่องของน้ำแร่ร้อนธรรมชาติ และทรัพยากรป่าชายเลน จึงเหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นเมืองแห่งสุขภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโดยเน้นไปที่แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยประชาชนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมให้มากที่สุด ประเด็นสำคัญที่ต้องการวิจัยจึงเกี่ยวข้องกับพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ซึ่งน่าจะเป็นการพัฒนาที่ถูกทิศทางเนื่องจาก“แหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสามารถแข่งขันได้ในยุคนี้ควรเกิดและสร้างจากคนในชุมชนนั้น”

ทั้งนี้ผลการศึกษาในเรื่องนี้ จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง บนฐานกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม และในเชิงวิชาการยังสามารถสะท้อนปรากฏการณ์ทางการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวที่สำคัญได้ อันจะนำไปสู่การสร้างแนวคิดเชิงวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งจะเป็นประโยชน์มากที่สุดกับประชาชนในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดระนองในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและพัฒนานบ้านเกิดของคนระนองต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาและวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง
2. เพื่อพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แนวคิดการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน แนวคิดชุมชนกับการท่องเที่ยว แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล และแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Method) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง(Semi Structured) ผู้ให้ข้อมูลหลักมี 4 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดระนอง จำนวน 15 คน 2. กลุ่มแกนนำหรือตัวแทนชุมชนในจังหวัดระนอง จำนวน 5 คน 3.กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง จำนวน 15 คน และ 4. กลุ่มนักวิชาการด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน รวม 37 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดระนองอย่างน้อย 5 ปี และเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความสะดวกและเต็มใจในการให้ข้อมูลวิจัยเพื่อจะได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องน่าเชื่อถือมากที่สุด

ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นใช้การตีความเพื่อนำเสนองานวิจัยในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) จากนั้นผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลซ้ำอีกครั้ง (Second Thought) ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการนำผลสรุปการวิจัยตรวจสอบความถูกต้องกับผู้ให้ข้อมูล งานวิจัยของคนอื่นที่ทำเรื่องคล้ายคลึงกัน รวมทั้งตรวจสอบแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญอีกด้วย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การค้นหาและวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

1.1 ลักษณะการสื่อสารของประชาชนในชุมชนของจังหวัดระนอง

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ประชาชนในชุมชนของจังหวัดระนองส่วนใหญ่มีลักษณะการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตร เป็นกันเอง มีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว มีความสามัคคีของคนในชุมชน เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นกลุ่ม คนในชุมชนก็จะช่วยกันต้อนรับนักท่องเที่ยว หากสนิทสนมกันพอสมควรแล้วก็มักจะชวนรับประทานอาหารก่อนกลับบ้าน นอกจากนี้ชาวบ้านในชุมชนยังสามารถแสดงความคิดเห็นในเรื่องการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

รองลงมามองว่า ลักษณะการสื่อสารของประชาชนในชุมชนของจังหวัดระนอง มีสื่อหลักที่ใช้คือ หอกระจายข่าวหรือหอกระจายเสียงของหมู่บ้าน เนื่องจากสามารถเข้าถึงชาวบ้านได้โดยตรง นอกจากนี้ก็มีการทำแผ่นพับเพื่อใช้สื่อสารเรื่องการท่องเที่ยว รวมถึงมีการจัดประชุมโดยการเอาหัวหน้าของแต่ละกลุ่มมาคุยกันเพื่อแจ้งข่าวสารรวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ในทางกลับกันบางชุมชนก็มีการใช้สื่อที่เป็น Social media เช่น Facebook เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารกับคนในชุมชน ใช้หอกระจายข่าวหมู่บ้านเมื่อมีการนัดประชุมชาวชุมชนก็ไปร่วมประชุมด้วยเสมอ และผู้นำหมู่บ้านก็จะสื่อสารผ่านเสียงตามสายไปยังชาวชุมชน

1.2 ความสามารถในการพัฒนาให้แข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า ประชาชนในจังหวัดระนองมีความสามารถในการพัฒนาให้แข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้ โดยควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วย 3 สิ่งที่ผสมผสานไปด้วยกัน ทั้ง 1.สนุกสนาน เพลิดเพลิน 2.ได้ความรู้ ได้ทราบประวัติความเป็นมา ขั้นตอนกระบวนการทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มจนสุดท้าย และ 3.สร้างรายได้ให้ชุมชน รวมเป็นลักษณะที่เรียกว่า 3E ได้แก่ Entertainment, Education และ Economy

รองลงมามองว่าแนวทางการสร้างและพัฒนาให้ชุมชนจังหวัดระนองมีความสามารถในการพัฒนาให้แข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจควรใช้การเลือกพนักงานจากในชุมชนเป็นหลัก เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนในจังหวัดระนอง ซึ่งการจัดสรรรายได้ควรใช้ 2 รูปแบบคือให้เป็นเงินเดือนกับให้เป็นชิ้นงาน การให้เป็นเงินเดือนจะใช้ในธุรกิจที่พนักงานทำงานเต็มเวลา ส่วนการจ่ายเงินเป็นชิ้นงานจะใช้สำหรับธุรกิจที่พนักงานสามารถนำชิ้นงานกลับไปทำที่บ้านซึ่งค่อนข้างใช้เวลาในการทำชิ้นงาน

1.3 ลักษณะของกลยุทธ์โดยทั่วไปของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า ลักษณะของกลยุทธ์โดยทั่วไปของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดระนอง ควรตั้งคำถามใหญ่ว่า “ทำอย่างไรคนในชุมชนระนองจึงจะมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากที่สุด” จากเดิม ที่ชุมชนระนองไม่ค่อยมีส่วนเกี่ยวข้องเท่าใดนัก โดยชาวบ้านในชุมชนต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์ในแผนงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองด้วย และชาวชุมชนระนองควรมีส่วนร่วมในการวางแผนตั้งแต่ต้นในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง

รองลงมามองว่าลักษณะของกลยุทธ์โดยทั่วไปของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดระนอง ควรจัดกิจกรรมที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การคว่ำกาแฟ จะทำให้นักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวยาวนานขึ้นและใช้จ่ายมากขึ้น ทั้งนี้ควมมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีซึ่งชาวชุมชนมีกันอยู่แล้ว แต่ควรฝึกการนำเสนอด้วยการพูด (Speaking Presentation) ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.4 กลยุทธ์ที่มีลักษณะเฉพาะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า กลยุทธ์ที่มีลักษณะเฉพาะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชาวชุมชนในจังหวัดระนอง ควรเน้นสื่อสารเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดระนองคือ “เมืองน้ำพุร้อนแร่นอง” อันเป็นเอกลักษณ์ที่มีเสน่ห์ของจังหวัดระนอง...เมืองต้องรัก...เมืองแห่งความจงรักภักดี พร้อมทั้งเน้นสื่อสาร “วิถีธรรมชาติท่ามกลางหุบเขาและทะเล” และความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณีอันเป็นอัตลักษณ์ของคนพื้นถิ่นระนอง โดยอาจใช้สูตร IBM ที่เป็นการบูรณาการ (Integration) ผสมผสานระหว่างน้ำใจไมตรีและการต้อนรับที่ดีอันเป็นการกลับสู่เรื่องพื้นฐาน (Back to basic) เข้ากับการมุ่งสู่อนาคต (Move to future) ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนระนองไปพร้อม ๆ กัน

รองลงมามองว่ากลยุทธ์ที่มีลักษณะเฉพาะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชาวชุมชนในจังหวัดระนอง ควรเลือกใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่น เพื่อผลิตเป็นสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงมีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดระนอง เพื่อเป็นการเชื่อมต่อให้นักท่องเที่ยวที่อยู่ในเมืองไหลออกไปสู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง

2.1 ความสามารถในการพัฒนาการสื่อสารของประชาชนในชุมชนของจังหวัดระนอง

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า ประชาชนในชุมชนของจังหวัดระนองมีความสามารถในการพัฒนาการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง เนื่องจากชาวชุมชนระนองมีความรักในชุมชนท้องถิ่นตนเอง และต้องการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพราะนับเป็นรายได้หลักของประชาชนระนองจำนวนไม่น้อย ดังนั้นจึงมีความสามารถในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

รองลงมามองว่า ความสามารถในการพัฒนาการสื่อสารของประชาชนในชุมชนของจังหวัดระนองนั้นควรใช้การดำเนินงานที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม โดยเริ่มต้นจากกระบวนการทำความเข้าใจ ซึ่งจะเน้นการสื่อสารกับชุมชนเป็นหลัก โดยเริ่มจากการหาเครือข่ายที่มีความน่าเชื่อถือที่สามารถถ่ายทอดไปยังกลุ่มเป้าหมายแล้วเกิดการปฏิบัติตาม นอกจากนี้ต้องมีการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับเรื่องหลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในด้านของความหลากหลายของผู้เข้าร่วม เนื่องจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่เน้นรับฟังความคิดเห็น และการยอมรับความคิดเห็นของบุคคลอื่น โดยผ่านกิจกรรมการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การประชุม การเสวนา โดยต้องดำเนินการบนพื้นฐานของความสมัครใจ ซึ่งวิธีการดังกล่าวใช้การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way communication) กล่าวคือเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีการโต้ตอบซึ่งกันและกัน ภายใต้แนวคิดของการจัดการการมีส่วนร่วม

2.2 ความสามารถในการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของประชาชนในชุมชนของจังหวัดระนอง

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า ประชาชนในชุมชนควรมี“จิตสำนึกรักระนอง” ควรเชื่อว่า ระนองเป็นครอบครัว ชาวชุมชนระนองคือครอบครัว นักท่องเที่ยวที่มาะระนองคือครอบครัว การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงก็จะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากทุกคนรักครอบครัวตนเอง

รองลงมามองว่าความสามารถในการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของประชาชนในชุมชนของจังหวัดระนอง ควรใช้การมีส่วนร่วมที่ควรเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน การที่คนในชุมชนมีโอกาสในการเข้าร่วมมากเท่าใดก็จะทำให้คนในชุมชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของมากตามไปด้วย เมื่อชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ ก็จะส่งผลให้เกิดความเอาใจใส่ การติดตามฟัง ตลอดจนนำไปสู่การดูแลรักษา จากที่กล่าวมาจึงเป็นเหตุผลให้การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารมีความยั่งยืน

2.3 การยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้มีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่า การยกระดับการท่องเที่ยวระนองให้มีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นั้นมีความเป็นไปได้ เนื่องจากระนองมีความครบเครื่องเรื่องจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว เป็นทั้งเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีบ่อน้ำแร่ร้อนธรรมชาติอันบริสุทธิ์ที่สุดในประเทศไทย เพียบพร้อมด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งภูเขา ทะเลและน้ำตก มีการทำเหมืองแร่ร้อนแร่ดีบุก มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีรวมทั้งอัตลักษณ์ชุมชนที่น่าสนใจ มีอาหารโบราณและผลไม้ที่หลากหลาย และมีอัยาศัยไมตรีความเอื้ออารีของชาวชุมชนที่พร้อมเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

ตัวอย่างเช่น “ภูเขาหญ้า” หรือที่เรียกกันว่าเขาหัวล้านเพราะทั้งภูเขาไม้แต่ต้นหญ้าและไม่มีต้นไม้ใหญ่อยู่เลย โดยในฤดูฝนจะมีสีเขียวทั้งเขา ส่วนฤดูร้อนจะมีสีทองอร่าม ซึ่งว่ากันว่ามีความวิจิตรวิเศษที่สุดในระนอง, ทะเลนั้นมีชายหาดที่สงบงดงาม มี“เกาะพยาม”อันมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศและทั่วโลก กระทั่งเรียกกันว่าเป็นมัลดีฟเมืองไทย และยังมีแหล่งปลูกเม็ดมะม่วงหิมพานต์ (คนใต้เรียกว่ากาหุ) ที่ใหญ่ที่สุดของภาคใต้ โดยเกาะพยามนี้สามารถปั่นจักรยานเที่ยวได้รอบเกาะด้วย “ร้อนแร่ แลทะเล เสน่ห์ระนอง”, มีน้ำตกที่สวยงาม เช่น “น้ำตกหงาว” อันเป็นอุทยานแห่งชาติซึ่งอยู่ใน 3 จังหวัด ทั้งระนอง ชุมพร และสุราษฎร์ธานี, ห้วยคังคาว, น้ำตกบุญยบาล ชุมชน“หาดส้มแป้น” ทำเหมืองแร่ร้อนแร่ดีบุก โดยในปัจจุบันเหลือเพียงแห่งเดียว จากในอดีต ที่มี 100 กว่าแห่ง เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนที่นับเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านชุมชนระนอง มีกลุ่มเซรามิก หาดส้มแป้นซึ่งทำเครื่องปั้นดินเผา เช่น จาน ชาม, อัตลักษณ์ชุมชนที่น่าสนใจ “ชุมชนชาวอีสานจากบุรีรัมย์” ชื่อว่า “ชุมชนโนนง” เป็นชุมชนชาวอีสานแดนใต้ ที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ การทอเสื่อกก, มีประเพณีวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน มีรถสองแถวไม้โบราณที่หายากแล้วในปัจจุบัน “บ้านร้อยปีเทียนลือ”ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ของระนอง, มีอาหารโบราณ ผลไม้ที่หลากหลายโดยเฉพาะทุเรียนระนองที่อร่อย, ความมีอัยาศัยไมตรี ความเอื้ออารีของชาวชุมชนที่พร้อมเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ, ควรส่งเสริมการตลาด จัดโปรโมชั่น จังหวัดเดียวเที่ยวได้ 2 ประเทศ สามารถเที่ยวพม่าต่อได้ เช่น เกาะสอง เกาะปินซา-เกาะเปิดใหม่ของพม่า ที่นับเป็น bucket list ของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก, การเดินทางสะดวก มีทั้งทางรถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน กทม.-ระนอง 2 สายการบิน

รองลงมามองว่าการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้มีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรเน้นการบอกต่อ การแนะนำต่อแบบปากต่อปาก หรือ word of mouth เพราะคนจะเชื่อคนใกล้ชิด อาจเชื่อมากกว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยซ้ำ หากทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาระนองแล้วชอบหรือรัก เขาจะไปบอกต่อคนใกล้ชิด และนั่นจะกลายเป็นลูกโซ่หรือ “ไยแมงมุมการท่องเที่ยว” ที่สามารถยกระดับให้ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.1 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองว่าควรทำใน 2 มิติควบคู่กันไป ทั้งในมิติของชาวบ้านในชุมชนระนอง และในมิติของหน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวของระนอง กล่าวคือ ในมิติของชาวบ้านในชุมชนระนอง ชาวบ้านในชุมชนเองต้องพัฒนาวิธีการนำเสนอด้วยการพูดและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำและบอกต่อกับคนใกล้ชิดของเขา อันเป็นการสร้างสรรค์เศรษฐกิจและรายได้สู่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างสรรค์เศรษฐกิจในยุคดิจิทัลที่ใช้ทั้งการสื่อสารดั้งเดิมอย่างการพูดและใช้สื่อสังคมออนไลน์อันทันสมัยในการสร้างสรรค์การท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง ส่วนในมิติของหน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวของระนองต้องช่วยสนับสนุนงบประมาณที่เป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง รวมทั้งเงินอุดหนุนเบี้ยต่ำเพื่อให้ชาวชุมชนระนองได้นำไปลงทุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง

รองลงมามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองว่าควรสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่น ๆ ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวของระนอง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และสุราษฎร์ธานี

3.2 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองว่า ควรจัดอบรมให้ความรู้แก่ชาวบ้านในชุมชนระนองเรื่องเศรษฐกิจดิจิทัลกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

รองลงมามีความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองว่า ชาวบ้านและแกนนำในชุมชนจังหวัดระนอง ควรช่วยกันสร้างและเขียนโครงการด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล เพื่อนำงบประมาณมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดระนองให้ดียิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

เศรษฐกิจดิจิทัลที่ชาวชุมชนระนองมีส่วนร่วมสื่อสารสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แข่งขันได้อย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าประชาชนในชุมชนจังหวัดระนองส่วนใหญ่มีลักษณะการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตร เป็นกันเอง มีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว มีความสามัคคีของคนในชุมชน และในด้านการพัฒนาให้แข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนั้นสามารถทำได้โดยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว 3 สิ่งผสมผสานไปด้วยกันได้แก่ 1. ความสนุกสนานเพลิดเพลิน 2. ความรู้ 3. รายได้สู่ชาวชุมชน รวมเรียกว่า 3E (Entertainment Education and Economy) สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองนั้น ตั้งอยู่บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมในการสื่อสารและสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวของชาวบ้านในชุมชนจังหวัดระนองและเป็นทิศทางเดียวกันกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561) ที่ระบุว่า ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ควรให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจโดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน

ทั้งนี้จากผลการวิจัยที่ค้นพบเกี่ยวกับหลักการ 3E ที่มุ่งทั้งความสนุก ความรู้ และสร้างรายได้ไปพร้อมกันดังกล่าว ยังสอดคล้องกับหลักการเศรษฐกิจดิจิทัลที่กล่าวว่า เศรษฐกิจจะเจริญเติบโตด้วยคุณภาพและยั่งยืนภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็ว มุ่งปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสาขาบริการที่มีศักยภาพบนพื้นฐานของนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เป็นฐานเศรษฐกิจของประเทศที่เข้มแข็งและขยายตัวอย่างมีคุณภาพ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชาวชุมชนระนองเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัลนั้นสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้สามารถแข่งขันกับจังหวัดอื่น ๆ อย่างยั่งยืนได้

คำตอบจากคำถามที่ใหญ่และยังไม่เก่า

เป็นกลยุทธ์ทั่วไปที่คนระนองสื่อสารแบบมีส่วนร่วมฯได้

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่ากลยุทธ์โดยทั่วไปของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดระนอง ควรมีลักษณะที่เกิดจากการตั้งคำถามใหญ่ว่า “ทำอย่างไรคนในชุมชนระนองจึงจะมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากที่สุด” จากที่เดิมที่ชุมชนระนองไม่ค่อยมีส่วนเกี่ยวข้องเท่าใดนัก สะท้อนให้เห็นว่าสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วม

ของคนในชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง, 2546) ที่กล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนาควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงที่สุด ได้แก่ การร่วมกันค้นหาปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ การระดมทรัพยากรและเทคโนโลยี ในท้องถิ่น การบริหารจัดการ การติดตามประเมินผล รวมทั้งการได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยตรง โดยการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นนั้นต้องสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน ตัดสินใจ และติดตามประเมินผลในโครงการพัฒนาของรัฐที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมองค์กรชุมชนท้องถิ่นในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า หากประชาชนในชุมชนท้องถิ่นระนองได้มีส่วนร่วมในลักษณะที่ตอบคำถามดังกล่าวได้ คือมีส่วนร่วมแบบที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวชุมชนในระนองให้มากที่สุด ก็จะเป็นทั้งการตอบคำถามที่ใหญ่และยังไม่เกินไปคำถามนี้ รวมทั้งจะเป็นกลยุทธ์ทั่วไปที่ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นระนองสามารถสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้หลักให้คนในชุมชนจังหวัดระนองได้

สูตร IBM (Integration, Back to basic, Move to future)

จะใช้เป็นกลยุทธ์ที่มีลักษณะเฉพาะที่แข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่ากลยุทธ์ที่มีลักษณะเฉพาะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชาวชุมชนในจังหวัดระนอง ควรเน้นสื่อสารเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดระนองคือ “เมืองน้ำพุร้อนแร่ทอง” อันเป็นเอกลักษณ์ที่มีเสน่ห์ของจังหวัดระนอง... เมืองต้องรัก...เมืองแห่งความจงรักภักดี พร้อมทั้งเน้นสื่อสาร “วิถีธรรมชาติท่ามกลางหุบเขาและทะเล” และความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณีอันเป็นอัตลักษณ์ของคนพื้นถิ่นระนอง โดยอาจใช้สูตร IBM ที่เป็นการบูรณาการ (Integration) ผสมผสานระหว่างน้ำใจไมตรีและการต้อนรับที่ดีอันเป็นการกลับสู่เรื่องพื้นฐาน (Back to basic) เข้ากับการมุ่งสู่อนาคต (Move to future) ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนระนองไปพร้อม ๆ กัน สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในส่วนกลยุทธ์การออกแบบเนื้อหาสาร (กิตติมา สุรสนธิ, 2548) ที่ระบุว่าสารหรือข้อความต่าง ๆ นั้นต้องมีเนื้อหาสารที่มีการยกตัวอย่างประกอบเพื่อให้เข้าใจชัดเจนมากยิ่งขึ้น (Supporting Materials) ซึ่งมีผลทำให้ผู้รับสารเกิดการยอมรับสารมากขึ้นกว่าการไม่ได้ใช้ และเนื้อหาสารนั้นควรมีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ซึ่งในการส่งสารให้ได้ผลที่ดีขึ้นนั้น เนื้อหาสารที่มามีความคิดสร้างสรรค์หรือทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกถึงความแตกต่างหรือความแปลกใหม่ มีแนวโน้มทำให้ผู้รับสารเข้าใจและยอมรับสารนั้น ๆ มากขึ้น

กลยุทธ์ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างสูตร IBM (การบูรณาการ (Integration) ผสมผสานระหว่าง น้ำใจไมตรีและการต้อนรับที่ดีอันเป็นการกลับสู่เรื่องพื้นฐาน (Back to basic) เข้ากับการมุ่งสู่อนาคต (Move to future) ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของ ชุมชนระนองไปพร้อม ๆ กัน) ที่ค้นพบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ อาจนำไปใช้เพื่อพัฒนาความสามารถ ในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองได้ หากได้ใช้ร่วมกับกลยุทธ์ทั่วไป ที่ค้นพบและใช้กับแนวทางการพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง น่าจะส่งผลให้การท่องเที่ยว จังหวัดระนองสามารถสร้างเศรษฐกิจบนฐานดิจิทัลให้ชาวชุมชนระนองได้

จิตสำนึกภักระนองและความเป็นครอบครัว

สร้างการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนอย่างแท้จริงเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวระนองได้

หากพิจารณาผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่าประชาชนระนองมีความ สามารถในการพัฒนาการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว เพราะมีความรักในชุมชนท้องถิ่นตนเอง และ ต้องการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพราะนับเป็นรายได้หลักของคนจำนวนมากไม่น้อย ส่วนความ สามารถในการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั้น ประชาชนในชุมชนควรมี“จิตสำนึกภักระนอง” ควรเชื่อ ว่าระนองเป็นครอบครัว ชาวชุมชนระนองคือครอบครัว นักท่องเที่ยวที่มาะระนองคือครอบครัว การมี ส่วนร่วมอย่างแท้จริงก็จะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากทุกคนรักครอบครัวตนเอง

จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในการขับเคลื่อน แนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก”(พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์, 2556) ที่พบว่า กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือกเป็นกระบวนการที่เน้นความเป็นมนุษย์และ ความหลากหลาย โดยเชื่อว่าแต่ละสังคม ต่างก็มีอัตลักษณ์และมีเส้นทางในการพัฒนาที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่องานพัฒนาจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามแนวคิดการ พัฒนาแบบทางเลือกนี้มีลักษณะที่เป็นนามธรรมค่อนข้างมากจึงอาจยากต่อการนำไปปฏิบัติ แต่ในฐานะ นักสื่อสารที่เชื่อมั่นในศักยภาพของการสื่อสารที่มีต่อกระบวนการพัฒนา จึงมั่นใจว่า “การสื่อสารแบบ มีส่วนร่วม” จะสามารถเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนแนวคิดการพัฒนาแบบทางเลือกให้สามารถปฏิบัติได้จริง

จึงกล่าวได้ว่า การสร้างและพัฒนาการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการสื่อสารนั้น สามารถนำมาใช้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองได้ โดยทั้งจากผลการวิจัยในครั้งนี้และจากผลการศึกษา ของพวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์ บ่งชี้ข้อมูลตรงกันว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาที่สามารถปฏิบัติได้จริง โดยเฉพาะการเน้นสื่อสารคำว่า “จิตสำนึก ภักระนอง”และสื่อสารความเป็นครอบครัว น่าจะเป็นการสื่อสารที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐาน การมีส่วนร่วมของชาวชุมชนท้องถิ่นระนองอย่างแท้จริง

ยกระดับระนองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติที่ยั่งยืนได้ เน้นสร้างแบรนด์“ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ”เป็นจุดขายหลัก

จากผลการวิจัยที่พบว่า การยกระดับการท่องเที่ยวระนองให้มีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นมีความเป็นไปได้ เนื่องจากระนองมีความครบเครื่องเรื่องจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว เป็นทั้งเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีบ่อน้ำแร่ร้อนธรรมชาติอันบริสุทธิ์ที่สุดในประเทศไทย เพียบพร้อมด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งภูเขา ทะเลและน้ำตก มีการทำเหมืองแร่ร้อนแร่ดีบุก มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีรวมทั้งอัตลักษณ์ชุมชนที่น่าสนใจ มีอาหารโบราณและผลไม้ที่หลากหลาย และมีอริยาคัยไมตรีความเอื้ออารีของชาวชุมชนที่พร้อมเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง“การพัฒนาการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน (สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์, 2558) ที่พบว่า การยกระดับอำเภอบางคนทีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติ และมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นผลการวิจัยพบว่า เป็นไปได้ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่เป็นจุดขายและมีชื่อเสียง โดยควรเน้นจุดขายของตราสินค้าเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/โบราณวัตถุ 2. แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ และ 3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้ กลไกขับเคลื่อนทุกกลไกต้องไปพร้อมกัน โดยเฉพาะระดับผู้ใหญ่จากภาครัฐต้องช่วยผลักดัน คนในชุมชนและพ่อค้าแม่ค้าต้องช่วยกันสร้างขึ้นมา เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้หลักจากธุรกิจบริการของแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

ทั้งนี้เห็นได้ว่าการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวระดับชาติที่ยั่งยืนได้นั้นมีความเป็นไปได้อย่างยิ่ง ด้วยจุดเด่นที่เป็นจุดแข็งต่าง ๆ มากมาย เฉกเช่นเดียวกับงานวิจัยของสมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ ที่พบว่าอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ก็สามารถยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติและมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ด้วยการเน้นจุดขายของตราสินค้าหรือแบรนด์(brand) ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองนั้นควรเน้นจุดขายของตราสินค้าหรือแบรนด์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะบ่อน้ำแร่ร้อนธรรมชาติอันบริสุทธิ์ที่สุดในประเทศไทยต้องมาเที่ยวที่ระนองเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ชาวชุมชนระนองควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารโดยการบูรณาการระหว่างการแสดงน้ำใจไมตรีและการต้อนรับที่ดีซึ่งเป็นการกลับสู่เรื่องพื้นฐานให้เข้ากับการมุ่งสู่อนาคตด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวระนองให้สามารถแข่งขันได้ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
2. ใช้กลยุทธ์การบอกต่อหรือการแนะนำต่อแบบปากต่อปาก โดยชาวชุมชนเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวไปบอกต่อแก่คนใกล้ชิดว่าระนองมีสิ่งน่าเที่ยวมากมาย เป็นการสร้างลูกโซ่หรือใยแมงมุมการท่องเที่ยวที่สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เร่งหาวิธีการหรือกระบวนการในการตอบคำถามใหญ่ที่ว่า “ทำอย่างไรคนในชุมชนระนองจึงจะมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากที่สุด” เพื่อการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชาวชุมชนระนอง
4. รมรณรงค์สร้างจิตสำนึกักระนองอย่างเป็นรูปธรรม โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันว่า ทั้งชาวชุมชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกคนคือครอบครัวเดียวกันคือครอบครัวระนอง
5. ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรเข้ามามีบทบาทช่วยสร้างสรรค์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง
6. ควรจัดอบรมในหัวข้อเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและเศรษฐกิจดิจิทัลกับการท่องเที่ยว โดยสถาบันการศึกษาควรเข้ามามีบทบาทด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในส่วนนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวด้วยการวิจัยในรูปแบบอื่น ๆ เช่น วิธีการสนทนากลุ่ม การวิจัยเชิงสำรวจ น่าจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่มีมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น
2. ควรศึกษาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองในแง่มุมอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวระนอง เพื่อขยายขอบเขตการสร้างองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

- กิตติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักส์.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ.(2560).*แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564*.กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2555). *การศึกษาวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง*. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2556). “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนารูปแบบทางเลือก” *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น* ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2556.
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2558). *การพัฒนาการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- สุชาติ แสงดวงดี, เยาวภา บัวเวช และมาริษา สัจิตวนิช.(2557). *รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนแนวคิดการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐม ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และทบวงมหาวิทยาลัย. (2546). *การมีส่วนร่วมของประชาชน*. (เอกสารอัดสำเนา).
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *เศรษฐกิจดิจิทัล*. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2564, จาก <https://www.etda.or.th/digital-economy.html>
- Avila Foucat. (2002). *Community-based ecotourism management moving towards sustainability*. Ventanilla, Oaxaca, Mexico. *Ocean & Coastal Management*, 45(8), 511– 529.
- Gale, R. (2005). *Sustainable Tourism: The Environmental Dimensions of Trade Liberalization in China*. D. Shrubsole and N. Watson (Eds.), *Sustaining Our Futures: Perspectives on Environment, Economy and Society* University of Waterloo , Waterloo, Ontario.
- Hao et al. (2003). *Forecasting Model of Tourist Arrivals from Major Markets to Thailand*. Retrieved October, 11, 2020, from www.ingentaconnect.com.
- Heath, R. L. & Bryant, J. (2000). *Human communication theory and research: Concept, context and challenge*. (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Saengsirirot, P. (2011). *Hot Spring Goers: A Case Study of Raksawarin Hot Spring, Ranong Province, Thailand*. *AU-GSB-e-Journal*, 4(1): 118-125.
- Scannell, P. (2007). *Media and communication*. London: Sage Publication.