

[ประพนธ์, วิโรจน์, สุวิมล หน้า 156-167]



การพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของจังหวัดระนอง

The development of community participation for promote creative and sustainable tourism in Ranong Province

ประพนธ์ ณ บางช้าง. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*
วิโรจน์ ศรีหิรัญ. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*
สุวิมล อาภาพล. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*

Prapoj Na-Bangchang. *College of Communication Arts. Suan Sunandha Rajabhat University*

Wiroj Srihirun. *College of Communication Arts. Suan Sunandha Rajabhat University*

Suwimol Arphapol. *College of Communication Arts. Suan Sunandha Rajabhat University*

Email: prapoj.na@ssru.ac.th, wiroj.sr@ssru.ac.th, suwimol.ar@ssru.ac.th

Received: 26 July 2021 ; Revised: 3 August 2021 ; Accepted: 20 August 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันและพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน รวมทั้งเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน บนฐานวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างประชาชนระนอง แกนนำหรือตัวแทนชุมชน นักท่องเที่ยว และนักวิชาการด้านการสื่อสารและการท่องเที่ยว รวมจำนวน 37 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การตีความเพื่อนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าสภาพการณ์ปัจจุบันด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดระนองมีการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนอยู่ในทิศทางที่ค่อนข้างดี มีความกระตือรือร้นในการบริการนักท่องเที่ยว โดยมีการสื่อสารเพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ชาวชุมชนมีความสามารถในการพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดระนองอย่างยั่งยืนได้ เพราะมีความรักในชุมชนท้องถิ่นตนเอง และต้องการสร้างนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งต้องเป็นกลุ่มใหญ่พอสมควรจึงจะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้, นวัตกรรมเชิงกระบวนการฯ ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับปรับปรุงพัฒนาการผลิตและการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถนำเทคนิคและวิธีการปฏิบัติงานใหม่ๆ มาปรับใช้ต่อการผลิตให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ

นวัตกรรมเชิงตำแหน่งฯ ควรเน้นสื่อสารเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยว เปลี่ยนตำแหน่ง จาก“จังหวัดเล็กคนน้อย เป็นจังหวัดคุณภาพคนเที่ยวมาก”, นวัตกรรมเชิงกระบวนการฯ ควรเน้นการ สื่อสารเกี่ยวกับการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทางการท่องเที่ยวมานำเสนอให้เหมาะกับตลาดความต้องการของนักท่องเที่ยว

นวัตกรรมเชิงสังคมฯ ควรเน้นการสื่อสารว่า การท่องเที่ยวระนองมีการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนอยู่เสมอ และให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ของคนในชุมชน รูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ ควรเน้นการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ในลักษณะ“เที่ยว ณ ระนอง” “Ranong Next” และเนื้อหาลักษณะการสื่อสารใหม่ๆ ควรเน้นการสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างความร่วมมือกับ แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอื่นๆ เช่น เน้นเนื้อหาใหม่ว่า“เที่ยวคุ้มค่า มาระนองและชุมพร”

ชาวชุมชนมีความสามารถในการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ โดยการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชนระนอง

ชาวชุมชนสามารถใช้นวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ โดยควรพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีและความคิด สร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้ชาวชุมชนปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแทบตลอดเวลาได้

คำสำคัญ : นวัตกรรมการสื่อสาร, ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม,

Abstract

This research aims to know the current situation and develop innovative communication. Community involvement as well as to upgrade tourism in Ranong Province to be sustainable creative tourism based on community participation communication innovation. This study was qualitative research. An in-depth interview with a sample of Ranong people was used. Community leader or representative tourist and academics in communication and tourism, a total of 37 people. Data analysis uses interpretations to present them in a descriptive or descriptive manner.

The results showed that most of the sample group viewed that the current situation in terms of community participation in tourist attractions in Ranong province have good communication between people in the community who are enthusiastic about serving tourists. There is communication to recommend tourist attractions and interesting tourist activities.

Ranong people have the ability to develop innovative participatory communication to promote sustainable creative tourism in Ranong province. Because there is love in the local community itself and want to generate income from tourism. Because it is considered the main income of many Ranong people.

Product innovation of tourism in Ranong province emphasis should be placed on communicating about tourist attractions and tourism activities that meet the needs of specific groups of tourists which must be a large group enough to promote sustainable tourism, process innovation emphasis should be placed on communication about improving productivity and operating efficiency. Able to apply new techniques and methods of work to adapt to the production to be always up-to-date.

Positional innovation should focus on communication about creating added value for tourism, changed the position from “Little province it is a province with a lot of tourist quality”. Paradigm innovation should focus on communication about the introduction of new products and tourism is presented to suit the needs of tourists.

Social communication innovation should be emphasized that Ranong tourism has always promoted economic development and good quality of life for people in the community and giving importance to the well-being of people in the community.

New communication style should focus on social media communication in the style of “Tour Na Ranong”, “Ranong Next” and new communication content should focus on communication that reflects the building of cooperation with other nearby attractions, for example, emphasizing the new content that “worth traveling come to Ranong and Chumphon.”

The community has the ability to upgrade the tourism of Ranong province to be sustainable creative tourism by encouraging tourists to use their creativity in various activities together with the Ranong community.

Ranong residents can use participatory communication innovations to upgrade Ranong's tourism to be sustainable creative tourism, technology and creative skills should be developed towards excellence so that the community can adapt to the changes that occur almost all the time.

Key Words: Communication Innovation, Creative Tourism, Participatory Communication

บทนำ

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2560) ระบุแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564 ไว้ว่าต้องส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฯดังกล่าว ยุทธศาสตร์ที่ 3 ได้เน้นเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น

จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด และระดับประเทศ รวมถึงขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ตลอดจนหน่วยงานในระดับต่างๆ การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นเส้นทางสู่การทำงานร่วมกัน โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีภาครัฐ เอกชน ชุมชน และประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการต่างๆ เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นเจ้าของท้องถิ่น เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการท่องเที่ยว ดังนั้นประชาชนในชุมชนท้องถิ่นจะต้องพัฒนาตัวเองให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการและดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวในทุกมิติ โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวต้องให้มีความสมบูรณ์ควบคู่กันไปกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่อคงสภาพความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไว้ให้พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมอ

ระนองนับเป็นจังหวัดค่อนข้างใหม่ด้านการท่องเที่ยวและเป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็ก จึงยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักและยังไม่ได้ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ทางการท่องเที่ยวจากกลุ่มจังหวัดแถบทะเลอันดามันด้วยกัน หากแต่เป็นจังหวัดที่สามารถได้รับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ โดยจำเป็นต้องคำนึงถึงความสามารถในการดำรงอยู่ของชุมชนอย่างยั่งยืน กล่าวคืออนุชนรุ่นต่อไปยังสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้การพัฒนาต้องคำนึงถึงการพัฒนาศูนย์กลางชุมชนเป็นหลักได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดการ ด้านการผลิต และด้านการให้บริการ โดยจะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเพราะรายได้ ที่ได้จากการท่องเที่ยวจะถูกนำกลับมาใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยชุมชนเอง

จากความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังกล่าว รวมทั้งศักยภาพของจังหวัดระนองที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ติดระดับโลกทั้งในเรื่องของน้ำแร่ร้อนธรรมชาติ และทรัพยากรปศุสัตว์และกีฬา จึงเหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นเมืองแห่งสุขภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโดยเน้นไปที่แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนโดยประชาชนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมให้มากที่สุด ประเด็นสำคัญที่ต้องการวิจัยจึงเกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้มีความยั่งยืน ซึ่งน่าจะเป็นการพัฒนาที่ถูกทิศทาง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนควรเกิดและสร้างจากคนในชุมชนนั้น และผลการศึกษาในเรื่องนี้จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองบนฐานนวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดระนอง
2. เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดระนองอย่างยั่งยืน
3. เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนบนฐานนวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ แนวคิดนวัตกรรมการสื่อสารเสนอโดยศุภกิจ แดงขาว (2557) นำมาใช้เป็นกรอบความคิดในภาพรวมของงานวิจัย, แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยชลลดา กิจรัตน์ภรณ์ (2548) นำมาใช้เป็นพื้นฐานการศึกษาด้านการมีส่วนร่วม, แนวคิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยทรงวุฒิ เรืองวาทศิลป์ (2550) ใช้กำหนดกรอบการศึกษาและวิเคราะห์ผลการศึกษา, แนวคิดชุมชนกับการท่องเที่ยว โดยศุภวรรณ เจริญชัยสมบัติ (2554) ใช้มองภาพกว้างของการศึกษาวิจัย, แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยปีรันท์ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ใช้ศึกษาตัวแปรในด้านนี้ และแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเสนอโดยบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) นำมาใช้พิจารณาถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในการศึกษาค้นคว้า

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Method) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-depth Interview) ที่มีแนวทางแบบกึ่งมีโครงสร้าง(Semi Structured) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวน 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 ทั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดระนองมาอย่างน้อย 5 ปี และเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความสะดวกและเต็มใจในการให้ข้อมูลวิจัยเพื่อจะได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องน่าเชื่อถือมากที่สุด

ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นใช้การตีความเพื่อนำเสนองานวิจัยในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนาหรือพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) จากนั้นผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลซ้ำอีกครั้ง (Second Thought) ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการนำผลสรุปการวิจัยตรวจสอบความถูกต้องกับผู้ให้ข้อมูล งานวิจัยของคนอื่นที่ทำเรื่องคล้ายคลึงกัน รวมทั้งตรวจสอบแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ คน อีกด้วย

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการณ์ปัจจุบันด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

1.1 สภาพการณ์ปัจจุบันด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดระนอง
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าชาวชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดระนองมีการสื่อสารระหว่างกันในชุมชนอยู่ในทิศทางที่ค่อนข้างดี มีความกระตือรือร้นในการบริการนักท่องเที่ยว โดยมีการสื่อสารเพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่น่าสนใจของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดระนอง รองลงมามองว่าชาวชุมชนมีการสื่อสารเพื่อการกระจายรายได้กันอย่างทั่วถึง มีการจัดลำดับคิวในการรับลูกค้าจึงทำให้ไม่มีการแย่งลูกค้ากัน รวมถึงชาวบ้านมีการใช้ภาษาของพื้นถิ่นเป็นหลักในการติดต่อสื่อสาร และคนในชุมชนก็เป็นคนในระดับเดียวกันจึงทำให้การสื่อสารเกิดความเข้าใจง่าย

1.2 สิ่งที่ต้องปรับปรุงเกี่ยวกับสภาพการณ์ปัจจุบันด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนฯ
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าสิ่งที่ควรปรับปรุงคือ ชาวชุมชนระนองจำนวนไม่น้อยยังขาดความเข้าใจในการสื่อสารเพื่อชูสิ่งโดดเด่นอีกสิ่งหนึ่งของจังหวัดระนองคือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยควรนำความต่างทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งไทยพุทธ ไทยมุสลิม และพม่า เข้ามารวมกันเพื่อ “ชูจุดต่าง เป็นจุดเด่น” ทางวัฒนธรรมของจังหวัด

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพื่อพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดระนองอย่างยั่งยืน

2.1 ความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมฯ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า ชาวชุมชนระนองมีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดระนองอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากชาวชุมชนระนองมีความรักในชุมชนท้องถิ่นตนเอง และต้องการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพราะนับเป็นรายได้หลักของประชาชนระนองจำนวนไม่น้อย ดังนั้นจึงมีความสามารถในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

2.2 นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งต้องเป็นกลุ่มใหญ่พอสมควรจึงจะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ รองลงมามองว่าควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่ต้องทำเมื่อมาเที่ยวระนองหรือ The Must in Ranong คือ “การแช่น้ำแร่ระนอง” ในบ่อน้ำแร่ร้อนที่บริสุทธิ์ที่สุดในประเทศไทยเพราะไม่มีสารกำมะถันเจือปน เช่น การแช่น้ำแร่ร้อนที่ “บ่อน้ำร้อนพรัง” อันมีชื่อเสียงอย่างมากไปทั่วประเทศ โดยควรปรับเปลี่ยนสถานที่แช่น้ำแร่ร้อนให้มีมาตรฐานเป็นสากลเช่นการแช่น้ำร้อนออนเซ็นของประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือควรเน้นความเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีคุณภาพสูง และสร้างรายได้เปรียบเหนือกว่าบ่อน้ำแร่แห่งอื่นๆที่เป็นคู่แข่ง

2.3 นวัตกรรมเชิงกระบวนการของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงกระบวนการของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับปรับปรุง พัฒนาการผลิตและการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถนำเทคนิคและวิธีการปฏิบัติงานใหม่ๆ มาปรับใช้ต่อการผลิตให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ สร้างกระบวนการทำงานที่มีความกระชับและลดขั้นตอนเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน รวมทั้งนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวระนองทำให้สามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้ รองลงมามองว่าควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะ แนวคิด และกระบวนการแปรสภาพในการผลิตสินค้าซึ่งก็คือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้ทันต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.4 นวัตกรรมเชิงตำแหน่งของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่านวัตกรรมเชิงตำแหน่งของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองชาวชุมชนระนอง ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวจังหวัดระนอง โดยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ทุกเดือนตลอดปี เน้นการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยว เปลี่ยนตำแหน่งจาก“จังหวัดเล็กคนน้อย เป็นจังหวัดคุณภาพคนเที่ยวมาก” รองลงมามองว่าควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงการบริการใหม่ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยการตั้งกลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมในปัจจุบันอย่างเฟซบุ๊กและไลน์ อาจใช้ชื่อกลุ่มว่า “รักระนอง” หรือ Love Ranong เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กและไลน์กันอยู่แล้ว ชาวชุมชนระนองเพียงสร้างการเปลี่ยนตำแหน่งจากการสื่อสารมวลชนกลุ่มใหญ่ทั่วไป มาเป็นการสื่อสารเฉพาะกลุ่มยิ่งขึ้น

2.5 นวัตกรรมเชิงกระบวนการทัศนของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่านวัตกรรมเชิงกระบวนการทัศนของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการทำวิจัยและเก็บสถิติทางการตลาด ซึ่งจะทำให้สามารถนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทางการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ มานำเสนอให้เหมาะสมกับตลาดความต้องการของนักท่องเที่ยวรองลงมามองว่าควรเน้นการสื่อสาร

เกี่ยวกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทางการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ และสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วก่อนคู่แข่งชั้น

2.6 นวัตกรรมเชิงสังคมของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า นวัตกรรมเชิงสังคมของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองควรเน้นการสื่อสารในลักษณะสะท้อนว่า การท่องเที่ยวจังหวัดระนองมีการจัดการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การท่องเที่ยวจังหวัดระนองมีการสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมรูปแบบความเป็นอยู่ดั้งเดิมของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวจังหวัดระนองมีการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนอยู่เสมอ และการท่องเที่ยวจังหวัดระนองให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนพร้อมทั้งช่วยส่งเสริมให้ชุมชนระนองเกิดความเข้มแข็งด้วย รองลงมามองว่าควรเน้นการสื่อสารในลักษณะที่สะท้อนว่า การท่องเที่ยวจังหวัดระนองมีส่วนช่วยสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน และยังมีส่วนช่วยลดปัญหาการย้ายถิ่นฐานและการกระจายรายได้อยู่เสมอ

2.7 รูปแบบการสื่อสารใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่ารูปแบบการสื่อสารใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองควรเน้นการสื่อสารในลักษณะที่สะท้อนให้เห็นว่าสื่อสารในลักษณะ“เที่ยว ณ ระนอง” “Ranong Next” เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง รองลงมามองว่าควรเน้นการสื่อสารในลักษณะที่สะท้อนให้เห็นว่า ชาวชุมชนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวแนะนำหรือรีวิวการท่องเที่ยวระนองด้วยตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ภายใต้ชื่อ “We Love Ranong”

2.8 เนื้อหาหลักข่าวยุคใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าเนื้อหาหลักข่าวยุคใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองควรเน้นการสื่อสารในลักษณะที่สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอื่นๆ เช่น ความร่วมมือกับจังหวัดชุมพรซึ่งเป็นเมืองรองด้านการท่องเที่ยวเหมือนกัน เน้นเนื้อหาใหม่ว่า“เที่ยวคุ้มค่า มาระนองและชุมพร” โดยอาจจัดเป็นกรุ๊ปทัวร์หรือแพคเกจทัวร์ให้บริการร่วมมือกันของชาวชุมชนระนองและชุมพรรองลงมาคิดว่าควรสื่อสารในลักษณะเน้นสื่อสารข้อความใหม่ที่นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยทราบกันคือ เอกลักษณะการแต่งกายของชาวระนองที่ผสมผสานวัฒนธรรมสามเชื้อชาติ ได้แก่ ไทยพุทธ ไทยมุสลิม และพม่า ไว้ด้วยกันอย่างลงตัว ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนบนฐานนวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน

3.1 ความสามารถในการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองฯ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าชาวชุมชนสามารถยกระดับได้ โดยการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชนระนอง พร้อมทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกผูกพันและเข้าใจสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนระนองอย่างลึกซึ้ง โดยชุมชนมีหน้าที่ดำเนินงานการจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นให้กับชุมชนระนองอย่างต่อเนื่อง

3.2 นวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนกับการยกระดับการท่องเที่ยวฯ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า ชาวชุมชนในจังหวัดระนองสามารถใช้นวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ โดยควรพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้ชาวชุมชนระนองสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแทบตลอดเวลาทั้งในปัจจุบันและอนาคต รองลงมามองว่ายกระดับได้โดยการคิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก กล่าวคือนักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุกสนานและได้รับความรู้ด้วย

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

4.1 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารฯ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะว่าควรใช้“นวัตกรรมที่สัมผัสได้”อันเป็นการบูรณาการระหว่าง Innovation + Touching นับเป็น IT ในการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนระนองได้ รองลงมา มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมรูปแบบความเป็นอยู่ดั้งเดิมของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวระนอง

4.2 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารฯ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทางการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อตอบสนองตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ และสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วก่อนคู่แข่ง

อภิปรายผล

ชาวระนองสามารถส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้

โดยการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป

จะเห็นผลการเปลี่ยนแปลงสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนได้ในระยะยาว

หากพิจารณาผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าชาวชุมชนระนองมีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดระนองอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากชาวชุมชนระนองมีความรักในชุมชนท้องถิ่นตนเอง และต้องการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพราะนับเป็นรายได้หลักของประชาชนระนองจำนวนไม่น้อย ดังนั้นจึงมีความสามารถในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

ด้านนวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง ล้วนเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไปทุกนวัตกรรม กล่าวคือ นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ฯ ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม, นวัตกรรมเชิงกระบวนการฯ ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับปรับปรุง พัฒนาการผลิตและการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถนำเทคนิคและวิธีการปฏิบัติงานใหม่ๆ มาปรับใช้ต่อการผลิตให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ, นวัตกรรมเชิงตำแหน่งฯ ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวจังหวัดระนองโดยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกเดือนตลอดปี, นวัตกรรมเชิงกระบวนการฯ ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับการทำวิจัยและเก็บสถิติทางการตลาด ซึ่งจะทำได้สามารถนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทางการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ มานำเสนอให้เหมาะสมกับตลาดความต้องการของนักท่องเที่ยว และนวัตกรรมเชิงสังคมฯ ควรเน้นการสื่อสารในลักษณะสะท้อนว่าการท่องเที่ยวจังหวัดระนองมีการจัดการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

ทั้งนี้เห็นได้ว่า ทุกนวัตกรรมทั้งนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมเชิงกระบวนการ นวัตกรรมเชิงตำแหน่ง นวัตกรรมเชิงกระบวนการ และนวัตกรรมเชิงสังคมของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดระนอง ล้วนเป็นนวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยเป็นไปตามแนวคิดนวัตกรรมการสื่อสาร (ศุภกิจ แดงขาว, 2557) ในเรื่องระดับความใหม่ (Novelty) ของนวัตกรรมที่ระบุว่าเป็นนวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีการพัฒนาอย่างช้าๆ แบบค่อยเป็นค่อยไป ความใหม่ในที่นี้จะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เล็กละเอียด ทั้งนี้ในอุตสาหกรรมสื่อ นวัตกรรมส่วนใหญ่เป็นนวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป ความใหม่ทั้งในแง่ผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ เป็นความใหม่ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ซึ่งอาจไม่ส่งผลกระทบต่อหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสื่อในทันที แต่นวัตกรรมลักษณะนี้จะเห็นผลการเปลี่ยนแปลงได้ในระยะยาวแทน

อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดระนอง แบบค่อยเป็นค่อยไปที่เกิดขึ้น จึงเป็นสิ่งที่ชาวชุมชนจังหวัดระนองควรมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดระนองต่อไปอย่างจริงจังและต่อเนื่อง “ระนองมีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน” จึงจะเห็นผลการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ในระยะยาว อีกทั้งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ใช้เวลาไม่มากนักหากชาวชุมชนระนองร่วมมือกันในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดและบ้านเกิดเมืองนอนของพวกเขาเอง

เที่ยว ณ ระนอง “Ranong Next” เป็นรูปแบบการสื่อสารใหม่

สะท้อนนวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง

จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่ารูปแบบการสื่อสารใหม่ของการท่องเที่ยวจังหวัดระนองควรเน้นการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ในลักษณะที่สะท้อนให้เห็นว่าสื่อสารในลักษณะ “เที่ยว ณ ระนอง” “Ranong Next” เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อเลือกแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสงขลา” (วัชระ ชัยเขต, พล เหลืองรังสี และธัญดา แก้วชนะ, 2560) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในสื่อสังคมออนไลน์ การเปรียบเทียบราคาและความคุ้มค่าของกิจกรรมการท่องเที่ยว และการใช้ข้อมูลเพื่อตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นประจำ ตามลำดับ

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวอย่างชัดเจนและเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้นชาวชุมชนจังหวัดระนองจึงควรใส่ใจและสร้างสรรค์เนื้อหาการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ควรเป็นผู้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ในลักษณะที่สื่อสารในลักษณะ “เที่ยว ณ ระนอง Ranong Next” ให้เป็นที่สนใจจนเกิดพฤติกรรมเดินทางมาเที่ยวระนองซ้ำแล้วซ้ำอีก อันจะส่งผลให้ชาวชุมชนระนองได้เห็นนวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนองได้อย่างแท้จริง

ยกระดับระนองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้

เน้นพัฒนาทักษะเทคโนโลยีและสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว

พร้อมทั้งสร้างแบรนด์ “ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” เป็นจุดขายหลัก

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าชาวชุมชนในจังหวัดระนองมีความสามารถในการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ โดยการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชนระนองพร้อมทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกผูกพันและเข้าใจสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนระนองอย่างลึกซึ้ง โดยชุมชนมีหน้าที่ดำเนินงานการจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นให้กับชุมชนระนองอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผลวิจัยที่พบว่า ชาวชุมชนในจังหวัดระนองสามารถใช้นวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ โดยควรพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้ชาวชุมชนระนองสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแทบตลอดเวลาทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง“การพัฒนาการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอ บางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน (สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์, 2558) ที่พบว่า การยกระดับอำเภอบางคนที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติและมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นผลการวิจัยพบว่า เป็นไปได้ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่เป็นจุดขายและมีชื่อเสียง โดยควรเน้นจุดขายของตราสินค้าเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1.แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โบราณสถานโบราณวัตถุ 2.แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ และ 3.แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งนี้ กลไกขับเคลื่อนทุกกลไกต้องไปพร้อมกัน โดยเฉพาะระดับผู้ใหญ่จากภาครัฐต้องช่วยผลักดัน คนในชุมชนและพ่อค้าแม่ค้าต้องช่วยกันสร้างขึ้นมา เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้หลักจากธุรกิจบริการของแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

จึงเห็นได้ว่า การยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวระดับชาติที่ยั่งยืนได้นั้นมีความเป็นไปได้อย่างยิ่ง ด้วยจุดเด่นที่เป็นจุดแข็งต่างๆ มากมาย เจกเช่นเดียวกับงานวิจัยของสมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ ที่พบว่าอำเภอบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม ก็สามารถยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติและมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ด้วยการเน้นจุดขายของตราสินค้าหรือแบรนด์(brand) ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองนั้นควรเน้นจุดขายของตราสินค้าหรือแบรนด์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะบ่อน้ำแร่ร้อนธรรมชาติอันบริสุทธิ์ที่สุดในประเทศไทยต้องมาเที่ยวที่ระนองเท่านั้น

ข้อเสนอแนะทั่วไป

- 1.ควรพัฒนานวัตกรรมสื่อสารโดยใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นฐาน โดยชาวชุมชนระนองควรสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารอย่างอดทนและต่อเนื่อง เพราะนวัตกรรมฯที่ค้นพบเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป
- 2.ชาวชุมชนระนองต้องพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีและสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวเพื่อยกระดับระนองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- 3.ผู้บริหารและผู้นำด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองต้องร่วมกับชาวชุมชนระนองในการตีโจทย์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของระนองให้เป็นแบรนด์ที่โดดเด่นและแตกต่างจนนักท่องเที่ยวต้องมาระนองไม่ไปที่อื่น
- 4.ชาวชุมชนระนองต้องเปิดใจ ปรับตัว และพัฒนาตนเอง ให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมสื่อสารรูปแบบและลักษณะใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและแทบตลอดเวลา

5. ทุกภาคส่วนต้องร่วมกันหาวิธีการหรือกระบวนการในการตอบคำถามว่า“ทำอย่างไรคนในชุมชนระนองจึงจะมีส่วนร่วมได้เสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากที่สุด” เพื่อการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชาวชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระนอง

6. ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

7. ควรจัดอบรมในหัวข้อเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและหัวข้อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสถาบันการศึกษาควรเข้ามามีบทบาทในการให้ความรู้ในส่วนนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองในแง่มุมอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวระนอง เพื่อขยายขอบเขตการสร้างองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว

2. ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการวิจัยในรูปแบบอื่นๆ เช่นวิธีการสนทนากลุ่ม การวิจัยเชิงสำรวจ น่าจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่มีมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น

3. ค้นหาตัวแปรหรือแง่มุมทางการสื่อสารที่น่าสนใจและทันสมัยเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

4. ศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ในประเด็นเดียวกันนี้ เช่นศึกษาจากผู้บริหารระดับสูงด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง ผู้บริหารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อาจได้มุมมองความรู้ความเข้าใจที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ชลลดา กิจรีนนริรมย์สุข.(2548). *การศึกษาสถานะขององค์ความรู้ด้านการสื่อสารและการมีส่วนร่วมในวิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการของไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทรงวุฒิ เรื่องวาทศิลป์.(2550). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษาในพื้นที่บริการของโรงเรียนล้อมแรดวิทยา อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เพชรแอนด์ ดีไซน์.
- ปรีร์น ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทร์ทิ. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. ใน *วารสารเวอรริเดียน อี-เจอร์นัล ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปะ. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. 9 (1) :19
- วัชระ ชัยเขต,พล เหลืองรังสี และธัญาดา แก้วชนะ.(2560). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสงขลา*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ศุภกิจ แดงขาว.(2557). *นวัตกรรมการสื่อสารแนวคิดค่านิยมของคนไทย 12 ประการ ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา*. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภวรรณ เจริญชัยสมบัติ.(2554). *การเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตชุมชนจากการท่องเที่ยว กรณีศึกษา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์.(2558). *การพัฒนาการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน*. รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- เว็บไซต์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.(2561). *เศรษฐกิจดิจิทัล*. สืบค้นวันที่ 19 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.etda.or.th/digital-economy.html>
- 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.
- Saengsiriroj, P. (2011). Hot Spring Goers: A Case Study of Raksawarin Hot Spring, Ranong Province, Thailand. *AU-GSB-e-Journal*, 4(1): 118-125.
- Hao et al. (2003). *Forecasting Model of Tourist Arrivals from Major Markets to Thailand*. Retrieved from www.ingentaconnect.com